

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA

EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Analýza turistického potenciálu mikroregionu Bílé Karpaty

Analysis of Tourism Potential in Bílé Karpaty Microregion

Student:

Cvernová Monika

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Adam Skovajsa

Ostrava 2014

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Monika Cvernová**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6501R006 Ekonomika cestovního ruchu
Téma: Analýza turistického potenciálu mikroregionu Bílé Karpaty
Analysis of Tourism Potential in Bílé Karpaty Microregion

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Metodika zpracování a cíl práce
 3. Teoretická východiska
 4. Analýza lokality – mikroregion Bílé Karpaty
 5. Návrhy a doporučení
 6. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

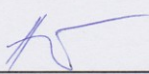
Seznam doporučené odborné literatury:

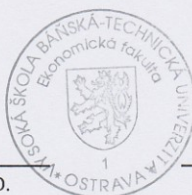
KOTLER, Philip a Gary ARMSTRONG. *Marketing*. Praha: Grada, 2007. ISBN 80-247-0513-3.
MOUDRÝ, Marek. *Marketing: Základy marketingu*. Kralice na Hané: Computer Media, 2008. ISBN 978 80-7402-001-8.
VYSEKALOVÁ, Jitka et al. *Marketing*. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-979-3.

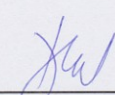
Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Adam Skovajsa**

Datum zadání: 22.11.2013
Datum odevzdání: 09.05.2014


Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry

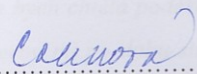



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlášení

Nístopřísezně prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vykonala samostatně pod vedením
pana Ing. Adama Skovajsy a uvedla v ní všechny použité zdroje.

V Uherském Hradišti dne 9. 5. 2014


.....

vlastnoruční podpis autora

PODĚKOVÁNÍ

„Ráda bych touto cestou poděkovala panu Ing. Adamovi Skovajsovi za odbornou pomoc, rady a cenné informace, kterými přispěl k tvorbě této práce. Dále bych chtěla poděkovat svým rodičům za umožnění studovat tuto školu a za podporu, kterou mi po dobu studia dávali. “

Obsah

1	ÚVOD.....	6
2	METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍL PRÁCE	8
3	TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	9
3.1	Význam a postavení cestovního ruchu.....	10
3.2	Přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku.....	12
3.3	Formy a druhy cestovního ruchu.....	14
3.3.1	Formy cestovního ruchu	14
3.3.2	Druhy cestovního ruchu.....	20
3.4	Předpoklady pro cestovní ruch.....	22
3.4.1	Lokalizační předpoklady	22
3.4.2	Selektivní předpoklady	22
3.4.3	Realizační předpoklady	23
3.5	Marketing cestovního ruchu.....	24
3.5.1	Segmentace trhu	24
3.5.2	Obecná specifika služeb cestovního ruchu.....	24
3.5.3	Marketingové plánování	25
3.5.4	Marketingový mix „8 P“	25
3.5.5	Marketingový mix „4 C“	28
3.5.6	SWOT analýza.....	28
4	Lokalita - mikroregion Bílé Karpaty	30
4.1	Ochrana přírody.....	33
4.2	Mikroregion Bílé Karpaty	34

4.2.1	Březová.....	34
4.2.2	Dolní Němčí	35
4.2.3	Slavkov	36
4.2.4	Strání.....	36
4.2.5	Horní Němčí	40
4.2.6	Lopeník.....	41
4.2.7	Vápenice	43
4.2.8	Vyškovec	44
4.2.9	Starý Hrozenkov	45
4.3	Turistické atraktivity v mikroregionu Bílé Karpaty	47
4.3.1	Turistické trasy	50
4.3.2	Cykloturistika	51
4.3.3	Ski areál Bílé Karpaty.....	53
4.3.4	Slavnosti a tradice.....	53
5	Výsledky vlastního šetření.....	55
5.1	Dotazníkové šetření.....	55
5.2	SWOT analýza	62
6	Návrhy a doporučení	64
7	Závěr.....	66
	Seznam použitých zdrojů	67
	Seznam zkratk.....	72
	Seznam obrázků.....	73
	Seznam grafů.....	74

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	75
Seznam příloh	76

1 ÚVOD

Cestovní ruch je oblastí, která se za poslední desetiletí stala celosvětovým fenoménem volného času. Aktivita, díky které lze uprchnout od všedního stereotypu, umožňuje únik od práce a podporuje duševní i fyzickou sílu člověka. Cestovní ruch umožňuje navazování mezilidských kontaktů a vztahů, napomáhá budovat osobnost člověka a utváří životní styl. Závisí také na přírodních, kulturních a sociálních zajímavostech, díky kterým je oblast zajímavá a atraktivní. V dané oblasti má důležité postavení produkt cestovního ruchu. Zahrnuje vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu, to co je schopno uspokojit potřeby účastníků a tím vytvořit komplexní soubor zážitků.

Pro svou bakalářskou práci jsem si zvolila oblast Bílých Karpat. Z mého pohledu je tato oblast velmi perspektivní pro cestovní ruch. Krajina bohatá na přírodní a kulturní zajímavosti a tradice, kde si lidé mohou odpočinout, navštívit zajímavá místa, zasportovat si a strávit zde krásné chvíle v přírodě, které nám Bílé Karpaty nabízejí.

Důvodem pro volbu tématu analýza turistického potenciálu mikroregionu Bílé Karpaty byl, že tato oblast je v blízkosti, kde studuji a chtěla jsem zanalyzovat a lépe poznat krajinu, která je tak typická pro tento region. Cílem mé práce je zanalyzovat mikroregion Bílé Karpaty, zjistit turistické možnosti pro turisty, kteří přijedou do mikroregionu a zhodnotit nabízené služby. Zaměřila jsem se proto na 9 obcí, které do mikroregionu spadají.

V první části je popisován cestovní ruch, definování cestovního ruchu, postavení a jeho ekonomický význam. Dále jsou zde vysvětleny pojmy objekt a subjekt cestovního ruchu. Mezi další kapitoly patří formy a druhy cestovního ruchu, které jsou dále popsány. Předpoklady cestovního ruchu jsou také zahrnuty v této části, protože patří mezi důležité prvky pro vytvoření turistického potenciálu. Poslední kapitolou praktické části je marketing cestovního ruchu.

V praktické části je popsána oblast Bílých Karpat. Zaměřila jsem se především na mikroregion, do kterého spadá 9 obcí: Březová, Dolní Němčí, Horní Němčí, Lopeník,

Slavkov, Starý Hrozenkov, Strání, Vápenice a Vyškov. O každé obci je popsána stručná charakteristika, čím je obec typická, přírodní charakteristika, sportovní a turistické vyžití a jaké má možnosti ubytování a stravování. Dále je popsán výčet turistických možností tzn. naučné stezky, turistické trasy, cykloturistika, lyžování a návštěva lidových tradic a slavností.

2 METODIKA ZPRACOVÁNÍ A CÍL PRÁCE

Teoretická část se zabývá vysvětlením definice cestovního ruchu. Dále popisuje význam a postavení cestovního ruchu v České republice a zaměřuje se na formy a druhy cestovního ruchu, které jsou popsány. Další kapitola se zmiňuje o předpokladech cestovního ruchu, který je nezbytný pro destinaci a turistický potenciál. Tyto předpoklady jsou popsány a vysvětleny. Poslední kapitola se ubírá směrem, který je zaměřen na marketing cestovního ruchu, který je důležitý pro turistický potenciál. V praktické části jsem čerpala především z odborných knih zaměřených na cestovní ruch a marketing cestovního ruchu.

Praktická část se zaměřuje na oblast Bílých Karpat, která je popsána jako celek. Poté se zaměřuje na mikroregion Bílé Karpaty, kde jsou jednotlivé obce analyzovány a zjištěny zajímavosti obce, možnosti ubytování, stravování a sportovního vyžití. K zjištění turistického potenciálu, byly zjištěny možnosti pro strávení volného času, které jsou popsány v kapitole turistické atraktivity v mikroregionu Bílé Karpaty

Pro zhodnocení návštěvnosti, spokojenosti návštěvníků a zjištění nedostatků, které by dotazovaní chtěli změnit, jsem zpracovala vlastní dotazníkové šetření, kterého se zúčastnilo 100 dotazovaných.

Poté byla zpracovaná SWOT analýza, která vytyčila silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby. Tato analýza poukazuje na slabé stránky a hrozby, které by se měly minimalizovat a na silné stránky a příležitosti, které by se naopak měli maximalizovat.

Cílem bakalářské práce je vyhodnotit turistický potenciál mikroregionu Bílé Karpaty. Zda tato lokalita disponuje dostatečným množstvím turistických atraktivit, zda má dostačující ubytovací a stravovací služby, zjistit co návštěvníky do oblasti láká a naopak co je odrazuje a zda je možné pro destinaci zvýšení potenciálu v oblasti cestovního ruchu.

3 TEORETICKÁ VÝCHODISKA

V teoretické části se zaměřím na význam cestovního ruchu. Zaměřila jsem se na formy, druhy a předpoklady cestovního ruchu. V poslední části jsem se zabývala marketingem cestovního ruchu.

Pojem **cestovní ruch** byl mnohokrát definován a upravován. V roce 1942 profesor W. Hunziker a K. Krapfem prezentovali základy moderní, tzv. švýcarské školy cestovního ruchu. *Hunziker a Krypt definují cestovní ruch jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z cestovního ruchu a pobytu osob na cizím místě, pokud cílem pobytu není trvalé usazení nebo výkon výdělečné činnosti.“* (2013, s. 11) [7]

I když obsah definice je v dnešní době překonán, v povalečné době měla velký význam při zkoumání a vymezení pojmu cestovního ruchu a autorům se dostalo mezinárodního uznání. V 70. letech minulého století se snaha o definování pojmu cestovní ruch ještě zvětšila. Autoři se častokrát snažili o vytvoření originální a svérázné definice, i když obsahově si byly velice podobné. *Další definicí podle AIEST (mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu) je cestovní ruchu definován jako „souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování nebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není hlavním ani trvalým místem bydlení nebo zaměstnání“.* (2009, s. 11) [11]

Tato definice byla velice úspěšná, protože se stala v 80. letech minulého století oficiální definicí Mezinárodního sdružení vědeckých pracovníků CR (AIEST).

Mezi další autory se zapsal například F. W. Ogilvie. *Ogilvie chápe cestovní ruch jako „ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“.* (2009, s. 9) [11]

Světová organizace CR (WTO - World Tourism Organization) v roce 1991 v Ottawě zorganizovala konferenci o statistice cestovního ruchu za účelem sjednocení pojmu cestovní ruch. Účastníci, kteří se zúčastnili a přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí *„Činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovená, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“.* (2010, s. 15) [3]

3.1 Význam a postavení cestovního ruchu

V současné době se cestovní ruch stává nezbytnou částí životního stylu a potřeb lidí, ale také zároveň stále nepostradatelnějším a významnějším jevem ekonomiky. Proto cestovní ruch můžeme chápat jako oblast spotřeby, kdy je brán jako způsob uspokojování potřeby lidí a jako druhou oblast z hlediska podnikatelských příležitostí. Díky cestovnímu ruchu vznikají pracovní příležitosti v mnoha oborech, vytváří příležitosti bez velkých investic, přínosy se projevují také v tvorbě HDP, zvyšuje se výroba potravin, suvenýrů, rozšiřují se služby. Následné účinky poptávky vyvolávají potřebu k vybudování potřebné infrastruktury, to vše vede k rozvoji daného místa.

Nesmíme také zapomenout na význam osobní, kdy si lidé mohou odpočinout, seberealizovat se a poznat něco nového. Své postavení má zde společensko-politický a mezinárodní vliv, máme možnost zlepšit vztahy národů a poznat cizí kultury a zvyky.

Negativně působit může na vytěšňování jiných, neperspektivních oborů, jako například zemědělství. V důsledku nadměrné koncentrace cestovního ruchu může negativně působit také na životní prostředí, kde je nutná regulace cestovního ruchu. Masový rozvoj způsobuje nárůst negativních sociálních jevů (rasové napětí, krádeže, kriminalita, cestování za levným alkoholem, což způsobuje problémy s opilci, prostituce, apod.)

Působením negativních a pozitivních vlivů na cestovní ruch se hovoří o udržitelném rozvoji cestovního ruchu, který představuje uspokojení potřeb současných turistů a zároveň chrání a zvyšuje úroveň oblasti pro další generace. [22]

Z toho můžeme usoudit, že cestovní ruch můžeme chápat jako mnohostranný společenský ekonomický jev.

Českou republiku lze prezentovat jako stát s příznivými podmínkami pro cestovní ruch a pro jeho rozvoj. Naše země se může pyšnit výhodnou geografickou polohou, snadnou dostupností, přírodními krásami, historickými památkami, existencí léčebných zdrojů, které jsou důležité pro rozvoj lázeňství. Postavení cestovního ruchu na mezinárodním trhu ovlivňují překážky rozvoje cestovního ruchu a perspektivní oblasti

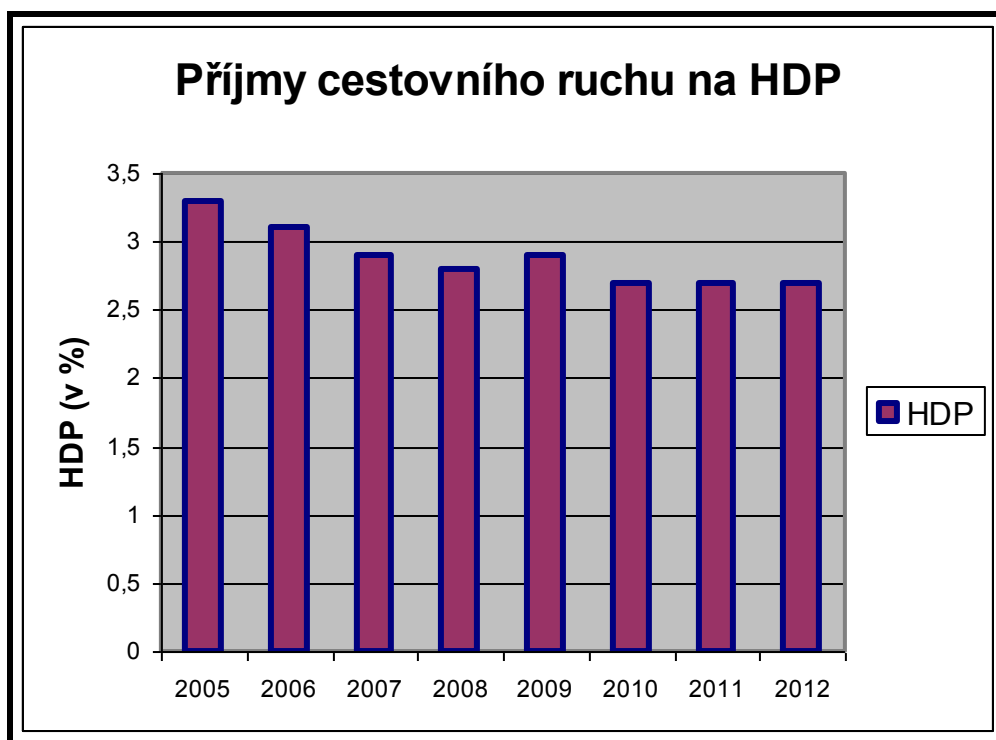
cestovního ruchu. Jako překážky pro rozvoj lze uvést například kriminalitu, používání dvojích cen, chování personálu ve službách, které se může projevit neznalostí cizích jazyků a neochotou. Perspektivní oblasti naopak můžou pozvednout postavení cestovního ruchu, mezi které patří: kulturní a poznávací cestovní ruch, lázeňský cestovní ruch, kongresový a incentivní cestovní ruch, venkovský cestovní ruch a agroturismus, cykloturistika, pěší turistika, tematicky zaměřený cestovní ruch (sklárství, historická řemesla, pivovarnictví, vinařství aj.)

3.2 Přínosy cestovního ruchu pro ekonomiku

Mezi nejdůležitější přínosy cestovního ruchu je tvorba pracovních míst. Tento přínos je důležitý jak ve vyspělých zemích, tak i v méně rozvinutých, kde se často nevyžaduje vysoká kvalifikace. Statistický úřad uvádí 229 207 zaměstnaných osob v cestovním ruchu za rok 2011. [18]

Příjmy z cestovního ruchu také pozitivně působí na saldo platební bilance, jelikož příjmy pokrývají zhruba polovinu schodku obchodní bilance. Za přínos také uvádíme příjmy do státního rozpočtu a do místních rozpočtů. V České republice se cestovní ruch také podílí na tvorbě HDP (hrubý domácí produkt), který za rok 2011 tvoří 2,7 %.[17]

Graf 3.1 Příjmy z cestovního ruchu na HDP



Zdroj: [17]; vlastní zpracování

Subjekty poskytující služby cestovního ruchu

Díky mnoha formám cestovního ruchu vznikají specifické potřeby účastníků. K uspokojování těchto potřeb je důležitá soustava podniků cestovního ruchu, která slouží jako materiálně-technická základna. Do této soustavy řadíme:

- ubytovací podniky,
- stravovací podniky,
- dopravní podniky,
- pronájem osobních dopravních prostředků a pomocné služby v dopravě (parkoviště, letiště, nádraží, opravy, servisy),
- podniky zprostředkovávající cestovní služby (cestovní kanceláře a cestovní agentury),
- podniky provozující sportovně-rekreační zařízení
- podniky poskytující zvláštní služby (průvodcovské, překladatelské služby),
- podniky vyrábějící či prodávající výhradně turistické zboží,
- informační a propagační podniky,
- služby v kulturním zařízení (muzea, zoo, galerie, skanzeny, botanické zahrady)
- další služby pro turisty, směnárny, prodej pojištění, prodej jízdenek. [10]

Objekty v cestovním ruchu

Bezprostředně nevyhnutelné zastoupení v této oblasti má subjekt a objekt cestovního ruchu. Subjekt je chápán jako účastník cestovního ruchu společně se svým objektem, kde dochází k uspokojování jeho potřeb. Jako příklad můžeme uvést orgány a organizace zabývající se cestovním ruchem, pracovníky v oblasti cestovního ruchu nebo účastníky cestovního ruchu. Objekt lze popsat jako místo, které si subjekt (účastník cestovního ruchu) zvolil jako své místo k pobytu, kde dochází k uspokojování jeho potřeb. Mezi objekty patří rekreační prostor, materiálně-technická základna, služby, zboží a volné statky. [4]

3.3 Formy a druhy cestovního ruchu

Pro lepší představu a pochopení je užitečné si cestovní ruch rozčlenit na jednotlivé formy a druhy a provést tzv. typologii cestovního ruchu. Učebnice Cestovní ruch pro střední školy a veřejnost rozděluje cestovní ruch na formy cestovního ruchu, kde je hlavním motivem zkoumání motivů lidí pro účast na cestovním ruchu a druhy cestovního ruchu, které zkoumají, jak účastníci realizují svou účast. Morávková ve své publikaci společně s Heskovou uvádí tyto formy. [4]

3.3.1 Formy cestovního ruchu

Rekreační

Jedná se o odpočinkovou formu cestovního ruchu, která napomáhá k regeneraci fyzických i duševních sil. Účastník často přebývá na jednom místě, mimo jeho běžné prostředí. Důležitým prvkem je proto změna prostředí. Například účastník, který žije ve městě odcestuje na venkov. Dalším příkladem může být z nížin do hor nebo odcestování z vnitrozemí k moři. Rekreační forma může být aktivní, ale také pasivní. Volný čas tak lze strávit v přírodě, v podobě sportovních aktivit například houbaření, kutilství, zahrádkářství, plavání apod. Ubytování si lidé volí ve vhodném rekreačním prostředí, typickou ubytovací formou u nás je chataření a chalupaření. Tato forma se nazývá příměstská, která se vyznačuje krátkodobou rekreací zpravidla víkendovou, kdy lidé využívají chaty, chalupy a zahrádky.

Kulturně poznávací

Cílem této formy je poznání kulturně-historických památek, kde lze zařadit hrady, zámky a lidovou architekturu. Poznat kulturní zařízení (muzea a galerie), kulturní akce (divadelní představení, folklór, festival, slavnosti) a místní tradice a zvyky. U nás jsou to například dušičky, Jízda králů ve Vlčnově, pálení čarodějnic a jiné.

Sportovně turistický

Je zaměřen na aktivní odpočinek nebo na aktivní účast sportovního dění s náplní s cílem posílit fyzickou kondici člověka.

Řadíme zde:

- pěší turistiku,
- cykloturistiku,
- vodní turistiku a
- horskou turistiku.

a) Pěší turistika

Nejjednodušší forma turistiky, která je vhodná pro všechny. Lze ji považovat za formu, při které je člověk ve velmi blízkém kontaktu s přírodou. Pěší turisté často potkají zapadlé vesničky, mají možnost vyhnout se tradičním trasám, slyšet mnoho zvířat a být v těsném kontaktu s přírodou. Vhodná místa pro pěší turistiku jsou chráněné oblasti, národní parky, naučné stezky, lesy, přírodní rezervace nebo také chráněná divočina.

b) Cykloturistika

Další formou je cykloturistika, při které se účastník pohybuje pomocí kola, poznává místní krajinu a současně si zlepšuje fyzickou kondici. Mohli bychom tento způsob přirovnat k pěší turistice, má pozitivní vliv na zdraví člověka, nenarušuje životní prostředí, avšak výhodou je mnohokrát rychlejší pohyb. V dnešní době se buduje značný počet cyklostezek místního, regionálního a národního významu. Tento způsob dopravy se těší vzrůstajícímu zájmu obyvatelstva a značně na to reagují cestovní kanceláře a agentury vytvářející zájezdy a programy zaměřené na téma cykloturistika.

c) Vodní turistika

Turistika, při níž využíváme k přepravě z jednoho cíle do druhého různých druhů plavidel. Nejčastějším plavidlem bývají kanoe a nafukovací plavidla ke sjezdu divokých řek. V Česku používáme laický název vodáctví. Značné navýšení návštěvnosti českých řek vypovídají o stoupající oblibě vodní turistiky. Řadíme zde i jachting, surfování a veslařskou turistiku. Mezi nejnavštěvovanější řeky vodáků patří Vltava, Lužnice, Berounka, Sázava, Otava a Ohře. Toky českých řek jsou mírné až klidně proudící, tudíž vhodné pro rodinné a nenáročné formy turistiky.

d) Horská turistika

Jedná se o pohyb v náročném horském terénu vhodný pro fyzicky zdatné jedince. Zdolávat horské vrcholky samostatně může pouze registrovaný horolezec. Turista bez registrace ke zdolávání potřebuje instruktora, neboť každá oblast je vymezena pravidly, bere v úvahu charakter horniny a potřebu ochrany fauny a flóry. Horská turistika tvoří plynulý přechod od pěší turistiky přes vysokohorskou turistiku, která patří k náročnějším druhům, až po nejnáročnější formu tzv. alpinismus. U těchto náročnějších forem je nutné zvládat chůzi v terénu, ve sněhu, po ledovci a být schopný lezeckého pohybu. Lidé, kteří se do tohoto terénu vydají, by měli ovládat čtení v mapě, odhadovat změnu v počasí, orientovat se v terénu a umět se chovat v bouřce. Nejnavštěvovanějšími místy u nás jsou Krkonoše, Jizerské hory, Šumava, Beskydy a Jeseníky a další pohoří lemující hranice České republiky.

Do této formy spadá také pasivní účast na organizovaných sportovních akcích, například Olympijské hry, fotbalový zápas, mistrovství světa v házené apod.

Léčebný a lázeňský

Forma orientovaná na člověka, spojená s existencí přírodních léčivých zdrojů. Oblast zasahující do zdravotnictví, tak do cestovního ruchu. V porovnání s běžnými návštěvníky je délka pobytu delší. V roce 2002 průměrná délka pobytu činila 16,5 dne, zatímco v ostatních ubytovacích zařízeních byla průměrná délka 4,6 dne. Z toho vyplývají požadavky návštěvníků na vysokou úroveň ubytovacích, stravovacích, doplňkových služeb, pestrou nabídkou programů a doprovodných akcí. Pro splnění poptávky je nezbytné zaměstnávat kvalifikovanou pracovní sílu.

Cílem lázeňství je zaměření se na léčbu, odstraňování chorob, relaxaci, prevenci, celkovou obnovu fyzických a duševních sil s využíváním přírodních zdrojů. Podmínky pro rozvoj lázeňského cestovního ruchu jsou vhodné díky výskytu přírodních léčivých zdrojů, unikátní díky kvalitní lékařské péči, léčebných a rehabilitačních metod a cenové výhodě pro zahraniční návštěvníky. Mezi nejznámější patří lázně Karlovy Vary, Františkovy Lázně, Mariánské Lázně, Jáchymov, Teplice v Čechách, Jeseníky a

Luhačovice. K významným lázním v Evropě patří Baden-Baden v Německu, Abano Terme v Itálii, Bad Ischl v Rakousku nebo Svatý Mořic ve Švýcarsku. [16]

Český statistický úřad uvádí celkem 746 818 hostů, kteří navštívili lázně v loňském roce, (tj. o 11,1 % více než ve stejném období předchozího roku). Počet pacientů zde nehraje tak závažnou roli, jak počet přenocování, který meziročně klesl o 8,5 %, zejména v důsledku poklesu počtu přenocování domácích klientů. Problémem hlavně trpí lázně, které nedokáží nahradit úbytek pacientů zahraničními pacienty a samoplátcí. Výhodou v této situaci má lázeňský trojúhelník, který zaznamenal nárůst zahraničních turistů a počet přenocování vzrostl o sto tisíc nocí. Důvodem může být změna úhradové vyhlášky v roce 2012, ve které Ministerstvo zdravotnictví drasticky omezilo délku pobytu hrazených plně nebo částečně pojišťovnami. Nejvíce turistů přijíždí z Ruska. [16]

Přírodní cestovní ruch

Mezi hlavní motivy patří poznání přírodních zajímavostí, zejména nenarušené krajiny, jako například návštěva přírodních rezervací a národních parků. Návštěva odlehlých míst od civilizace, pralesů, pouští nebo arktických oblastí. Spojením návštěv těchto oblastí můžeme spojit nenáročnou aktivitu typu pěší turistiky, cykloturistiky, rybaření, táboření nebo fotografování.

Specifickým typem této formy je ekoturismus, což je ekologický a nezávadný cestovní ruch. Turista musí dbát na ochranu přírody, je zodpovědný k životnímu prostředí, využívá ekologickou dopravu a využívá místní zboží a služby, čím přispívá k udržitelnému rozvoji a podpoře místní komunity. [21]

Venkovský cestovní ruch

Vícedenní pobyt, podobný přírodnímu cestovnímu ruchu, vyznačován taktéž jako zelený cestovní ruch, kde důležitým znakem je šetrnost k přírodě. Návrat na venkov a do míst mimo městská a turistická centra. Může to být jeden ze způsobů jak se odreagovat, uvolnit se, odbourat se od stresu a pracovních povinností a načerpat nové síly. Ubytování se využívá zpravidla v soukromí nebo v menších ubytovacích zařízeních. K rekreačním aktivitám, které lze vykonávat řadíme pěší turistiku, cykloturistiku, jízdu na koni,

pozorování přírody apod. K dalším činnostem, které můžeme považovat za méně náročné: myslivost, rybaření na řekách a rybnících, venkovské slavnosti (poutě, posvícení, jarmarky, dožínky). Místa využívána k venkovské turistice jsou založena na lidové kultuře, jsou bohaté na tradice a místní zvyky. Jako příklad této formy je Skanzen v Rožnově pod Radhoštěm, historická vesnice Botanicus, Prvomájová pouť v Mníšku pod Brdy nebo hrnčířské a řemeslné trhy v Berouně. [47]

Venkovský cestovní ruch může mít další formy, jako například agroturismus a ekoagroturismus. Agroturismus je obdobný způsob venkovského cestovního ruchu, který se vyznačuje pobytem na opravdových zemědělských farmách. Účastníci si sami vyzkoušejí tamní způsob života, podílejí se na chodu farmy, mohou si vyzkoušet stříhání ovcí, pomoci při dojení krav a vyzkoušet si výrobu sýrů. Ekoagroturismus je další obdoba těchto forem vyznačována pobytem na farmách, pěstování potravin a zároveň konzumací jídel ze zdrojů vypěstovaných přímo na farmách. Rodinou farmu můžeme navštívit v Lípě u Zlína, u Macků v Bílých Karpatech nebo také Rytířovu Lhotu v Českém ráji. [12]

Vzdělávací cestovní ruch

Velmi využívaná forma cestování mladých lidí, kteří chtějí cestovat, poznávat nová místa, lidi, kulturu, přírodu, historii a zároveň se učit a vzdělávat. Častými programy jsou jazykové kurzy nebo sportovní kurzy, kde se vyučuje zvládnutí sportovních disciplín.

Kongresový cestovní ruch

Specifická forma cestovního ruchu, která je ekonomicky efektivní a prestižní záležitostí. Zvláštností této akce je konání v pracovním čase účastníka. Délka trvání závisí na tom, zda je kongres národní (délka 1-2 dny) nebo mezinárodní, který může trvat tři a více dnů. Organizace této akce je na vysoké úrovni a poskytuje širokou škálu služeb. Předmětem uspořádání bývá setkání s odborníky, seznámení s odborným programem, výměny odborných znalostí a poznatků v kongresovém centru, které je specializované pro tyto akce. Setkání účastníků může být v několika podobách: kongres, konference, sympozium, seminář, kolokvium, mítink. Pro pořadatele akcí je důležité zajištění technicko-materiální základny (kongresový sál, menší zasedací místnosti, rozsáhlé

parkovací prostory, prostory pro banket, dataprojektor, plátno, kabinky pro tlumočnice), ubytování v kvalitním hotelu (4–5 hvězdiček) s komplexními službami. Pro lepší orientaci a výběr pořadatelů se města označují jako města 1. volby, 2. volby a 3. volby.

Města 1. volby jsou schopna zajistit 4–5 hvězdičkový hotel s kapacitou 2–3 tisíc pokojů, ve kterém se nachází mezinárodní letiště, je turisticky atraktivní a má komplexní služby.

Města 2. volby mají k dispozici kongresové centrum, hotely se 4–5 hvězdiček, s ubytovací kapacitou 1–1,5 tisíc pokojů a mezinárodní letiště je v dojezdové vzdálenosti 2 hodiny. Příkladem může být zámek Mělník, hotel Prince de Ligne v Teplicích nebo kongresové centrum Aldis v Hradci Králové.

Města 3. volby mohou být vzdálená od mezinárodního letiště více než dvě hodiny, hotel by měl poskytovat kvalitní služby, s využitím hotelové kapacity 500 až 1000 pokojů.

Výhodou pro oblast konání kongresového cestovního ruchu je zainteresovanost více podnikatelských subjektů. Příjezd velkého množství lidí vytváří potencionální zákazníky a tak možnost větších tržeb. Analýzy také ukazují, že účastníci kongresového cestovního ruchu utrácení třikrát více než běžní turisté. V České republice nabízí nejvhodnější místa Praha a Brno. Významná kongresová města jsou Paříž, Brusel a Londýn. Místa kongresové turistiky ve světě ovládá město Chicago, Hamburg a Alpbach. Největší veletržní výstaviště na světě je v Hannoveru.

Cestovní ruch se společenskými motivy

Tento způsob cestování vykonává určitě každý, aniž by si byl vědom. Hlavním motivem, jak už název napovídá, je strávení ve společnosti lidí. Cestovat můžeme z důvodu návštěvy známých, z důvodu společenských akcí nebo pobytů v rodinách.

Další formy cestovního ruchu:

- náboženský,
- nákupní,

- zážitkový,
- městský,
- gastronomický,
- incentivní,
- dobrodružný,
- kosmický. [1]

3.3.2 Druhy cestovního ruchu

Dle místa realizace:

- domácí (osoby cestující na území státu, kde žijí)
- zahraniční (překročení hranic jednoho státu nebo více a cestování v jiné zemi)

Dle vztahu k platební bilanci:

- aktivní (incoming – příjezd turistů do Česka)
- pasivní (outgoing – výjezdy turistů z Česka)

Dle délky pobytu:

- krátkodobý (doba do 3 přenocování)
- dlouhodobý (doba od 3 přenocování a více)

Dle způsobu financování:

- volný (turista si vše hradí sám)
- vázaný (část nákladů hradí organizace v podobě příspěvků, například: škola, zaměstnavatel)

Dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu:

- organizovaný (cestu a pobyt zajišťují především cestovní kanceláře nebo jiní zprostředkovatelé)
- neorganizovaný (cestu a pobyt si účastník zajišťuje sám)

Dle počtu účastníků:

- individuální (osoba cestující sama, popřípadě s rodinou)
- kolektivní (účast více osob, může mít podobu skupinového nebo masového cestovního ruchu)

Dle vlivu na životní prostředí:

- tvrdý turismus (turisty charakterizuje využití rychlých dopravních prostředků, doprava pohodlně a pasivně, hlasitost, masový cestovní ruch)
- měkký turismus (podpora vztahu člověka k přírodě, charakteristické je cestování s malou skupinou lidí, preferováno na zážitky, aktivní a taktní cestování, například cykloturistika, venkovská turistika, agroturistika apod.)

Dle věku účastníků:

- cestovní ruch dětí
- cestovní ruch mládeže
- cestovní ruch rodin s dětmi
- cestovní ruch „babyboomers“ (věková skupina lidí mezi 40-50 rokem, kteří mají již odrostlé děti, jsou ekonomicky aktivní se sklonem k cestování)
- cestovní ruch seniorů [15]

3.4 Předpoklady pro cestovní ruch

Nezbytností pro fungování a rozvoj destinace v cestovním ruchu je existence předpokladů. Předpoklady členíme: lokalizační, selektivní a realizační.

3.4.1 Lokalizační předpoklady

Předpoklady, které umožňují lokalizaci aktivit cestovního ruchu do určité oblasti. Tyto předpoklady lze rozdělit ještě na dvě skupiny, a to kulturní a přírodní (povrch, podnebí, vodstvo, flóra, fauna atd.). Druhou skupinou jsou kulturní předpoklady, které jsou předmětem zájmů turistů. Do této skupiny lze zařadit muzea, galerie, architektonické památky, archeologické lokality, technické památky, významné parky nebo památky lidové architektury.

3.4.2 Selektivní předpoklady

Důležitou roli mají selektivní předpoklady pro schopnost podílet se v dané oblasti na cestovním ruchu. Společnost se podílí aktivně, a to v případě přijetí účastníka cestovního ruchu do určité oblasti. Nebo pasivně, a to v podobě, kdy se společnost účastníkem stává. Selektivní předpoklady nejčastěji rozdělujeme na objektivní a subjektivní. Faktory ovlivňující cestovní ruch v dané zemi mohou být politická a bezpečnostní stabilita, ekonomická a životní úroveň obyvatel, stav životního prostředí nebo objem volného času. Tyto faktory řadíme mezi předpoklady objektivní. Důležitost zde hrají subjektivní předpoklady, jelikož ty ovlivňují rozhodnutí lidí o účasti na cestovním ruchu. Rozhodnutí může záviset na rodinných poměrech, psychologických faktorech, módnosti destinace, znalosti jazyků a také vliv reklamy a propagace cestovních kanceláří a cestovních agentur.

3.4.3 Realizační předpoklady

Umožňují realizovat požadavky účastníků cestovního ruchu v oblastech. Realizace závisí na předpokladech dopravních a na materiálně-technických. Díky dopravním předpokladům jsme schopni se do destinace dopravit. Rozhodnutí volíme dle možnosti dopravního spojení, hustoty a kvality dopravní sítě. Materiálně-technické zázemí je nezbytné pro fungování a také rozvoj destinace. Přitažlivost území vyjadřuje vybavení ubytovacími, stravovacími, zábavními, sportovními, kulturními a dalšími zařízeními, které mohou účastníci využít pro uspokojení svých potřeb. [1]

3.5 Marketing cestovního ruchu

Pro úspěšnost podniků v cestovním ruchu je nutností používat marketing cestovního ruchu. Marketing hledá to, co zákazník potřebuje a snaží se jeho potřebu uspokojit.

Existuje mnoho definic marketingu, avšak za cíl lze považovat sladění zájmů spotřebitelů na jedné straně a zájmy výrobců a poskytovatelů služeb na druhé straně. V oblasti marketingu cestovního ruchu je důležité komunikovat se zákazníky, zjišťovat jeho potřeby a nabídnout jim správný produkt, na správném místě, ve správný čas a za správnou cenu. K zjištění potřeb zákazníků se používá marketingový výzkum. [9]

3.5.1 Segmentace trhu

Důležité je rozhodnutí firmy na jakou skupinu zákazníků se zaměří. K tomu slouží segmentace trhu.

Moudrý tvrdí (2008, s. 30): „segmentace trhu se rozumí, že firma se zaměřuje pouze na určitou část z celku, pro kterou vytvoří specifický marketingový mix. Musí však existovat rozdíly mezi potřebami a přáním zákazníků a zároveň daná skupina musí mít společné potřeby.“ [9]

3.5.2 Obecná specifika služeb cestovního ruchu

U marketingu cestovního ruchu musíme rozlišovat několik charakteristik, které se liší u marketingu výrobků. Předmětem není výrobek, ale služba, a proto dochází k mnoha změnám při používání marketingových nástrojů. Mezi šest obecných specifíků, které ovlivňují marketing služeb:

- **Nehmotný charakter služeb**, který je specifický tím, že si nelze službu vyzkoušet, ochutnat, očíhat nebo ohmatat. Jedinou možností jak určit jejich úroveň je mít zkušenosti s tím jak fungují.

- **Místní a časová vázanost služeb** (charakter výroby). Většina služeb je „vyráběna“ a spotřebována na stejném místě. Pokud se chceme ostříhat, musíme jít ke kadeřnici. Pokud se chceme najíst, musíme jít do restaurace.
- **Pomíjivost služeb** způsobuje vysoký tlak na poskytovatele služeb. Výrobky lze uskladnit, avšak služby nelze.
- **Distribuční cesty v této oblasti neexistují**, protože služby nelze přemísťovat. Zákazník musí přijít sám do místa prováděné služby. Výjimkou lze považovat například donášku hotových jídel do domácností.
- **Podmíněnost nákladů** je způsobena z důvodů individuálních požadavků a přání zákazníků, které lze těžko určit. U služeb platí proměnlivost, která nese za následek neznalost objemu produkce.
- **Vztah služeb a provozovatele.** Většina služeb je vázaná na poskytovatele, kteří svému podniku dodávají kvalitu. Příkladem můžeme být dobrá restaurace, která zajišťuje spokojenost hostů, díky umění a osobnosti kuchaře. [8] [33]

3.5.3 Marketingové plánování

Důležitou činností podniku je plánování. Marketingový plán je psaným dokumentem shrnujícím informace zjištěné o trhu a indikujícím, jakým způsobem chce firma plnit své marketingové cíle [6]. Činnost, která zajišťuje budoucnost a předpokládá co zákazník koupí.

Marketing cestovního ruchu je specifický tím, že se orientuje na sektor služeb, kde jsou výsledky ovlivněny především lidmi a jejich vzájemnou spoluprací. Proto dochází k využívání specifických marketingových nástrojů. [8]

3.5.4 Marketingový mix „8 P“

Soubor taktických nástrojů, které napomáhají k prosazení se na trh a získání konkurenceschopnosti. Společně s cíleným trhem vytváří marketingovou strategii. Autor E. Jerome McCarthy označuje čtyři skupiny:

- product (produkt),
- price (cena),
- place (místo),
- promotion (propagace).

Cestovní ruch, vycházející ze specifík služeb a rozšiřuje tento mix a další „4 P“: people (lidé), packaging (tvoření balíčků), programming (programování, tvorba projektů) a partnership (spolupráce, kooperace).

Produkt

Za produkt považujeme vše, co lze nabízet na trhu k získání, k používání, ke spotřebě, k uspokojení potřeb a přání zákazníků. Řadíme zde fyzické předměty, osoby, místa, myšlenky, služby, výtvary apod. V oblasti cestovního ruchu za produkt považujeme službu.

Cena

Nástroj vyžadující velkou pozornost, protože je jediným nástrojem, který vytváří zisk. Cena je ovlivněna mnoha faktory: dosaženými náklady, cíli společnosti, postavením společnosti na trhu, velikostí a pohybem spotřebitelské poptávky, důležitostí ceny pro případné zákazníky, konkurencí, náklady na distribuci, vlivem státních zásahů, sezónností a kvalitou poskytovaných služeb. Vnímání cen zákazníky je důležité, ale nemusí být směrodatné. Doporučené pojetí pro tvorbu cen uvádí Foret a to z následujících „3 C“: 1. z poptávky zákazníků (customers-demand schedule)

2. z nákladů (cost function)

3. z cen konkurence (competitors' prices) [2]

Místo

Položka, která rozhoduje, jakými cestami se služba dostane k zákazníkovi. Tuto distribuci nutno brát jako dlouhodobější záležitost vyžadující perspektivní plánování a rozhodování. Důležitá je také dostupnost služby. Dostat produkt do blízkosti zákazníka a

zároveň informovat, kde službu najít nebo kde získat potřebné informace. *Foret* uvádí tři podoby, jak lze místo chápat. Může se jednat o samotnou atraktivitu, místo může mít zajímavou polohu (mimo civilizaci, v centru měst) nebo se může jednat o zajištění dopravní dostupnosti (jednak druh dopravního prostředku a způsob organizace dopravy).

Propagace

Způsob komunikace a oslovení potenciálních zákazníků. Do propagačního mixu řadíme: reklamu, osobní prodej, podporu prodeje, interní reklamu, vztahy s veřejností a publicitu. Důležité je vzájemné propojení a doplňování těchto nástrojů, nikoli aby si odporovaly.

Lidé

Lidé jsou neoddělitelně spjati se službou. Zaměstnanci přidávají kvalitu služeb a spokojenost zákazníků se odráží v jejich chování a schopnostech. Velká pozornost se klade ve výběru, školení, motivování, kontrolování a oceňování zaměstnanců. Podnik se prezentuje svou podnikovou komunikací, identitou a kulturou firmy. Morrison uvádí příklad ve společnosti Hilton, který zdůrazňuje „rodinný přístup“ pracovníků společnosti.

Balíčky

Balíčky tvořené komplexní nabídkou služeb, jež se navzájem doplňují, rozšiřují a tvoří přitažlivější nabídku. Balíčky služeb vznikají vzájemnou spoluprací více organizací, které své služby prezentují společně. Turisté mají možnost větší volby, záruku individuálního uspokojení a výhodnou cenu, neboť cena jednotlivých služeb by byla mnohem vyšší.

Programování

Můžeme zde řadit také společné projekty, které napomáhají ke vzniku partnerství. Umožňují propojení organizací a společného úsilí k zapojení se do společných programů a zároveň seznamují veřejnost s projekty. Příkladem může být projekt Dny otevřených dveří, organizované nejrůznějšími západoevropskými městy na podporu cestovního ruchu.

Partnerství

Důležité pro spokojenost zákazníků, kteří vnímají zájezd jako komplex služeb. Nespokojenost s jednou službou se může odrazit na celkovém dojmu. Partneři (dodavatelé služeb) jsou na sobě existenčně závislí, a proto je nutná komunikace a spolupráce. [2]

3.5.5 Marketingový mix „4 C“

V cestovním ruchu se využívá marketingový mix „4 C“, který je alternativou předešlého marketingového mixu. Moderní marketing pomalu opouští od modelu „4 P“ a hlavní myšlenkou je zabývat se marketingovým mixem „4 C“ a to z pohledu zákazníka. Jednotlivé skupiny označují:

- customer solution (řešení potřeb zákazníků),
- cost (náklady vzniklé zákazníkovi),
- convenience (dostupnost řešení),
- communication (komunikace).

3.5.6 SWOT analýza

Součástí každé marketingové strategie a marketingového plánu, nazývaná též jako analýza marketingového prostředí. Název vychází z anglického názvu Strengths-Weaknesses and Opportunities-Threats Analysis. Cílem této analýzy je zjistit současný stav podniku ve vnitřním prostředí, což znamená zjištění silných a slabých stránek a zjištění situace ve vnějším prostředí a to nalezení hrozeb a příležitostí.[6] Díky tomuto zjištění, lze zjistit postavení na trhu vůči konkurenci, vyhodnotit fungování firmy, nalézt problémy nebo nové možnosti růstu. Úspěch firmy určuje, jak firma dokáže využít a maximalizovat své silné stránky a vznikající příležitosti a na tom, jak zvládne minimalizovat nebo dokonce odstranit slabé stránky a předejít hrozbám. Důležité otázky, které vedou k úspěchům.

- Kterých příležitostí využít?
- Které silné stránky využít?
- Které slabiny odstranit a jak?
- Kterým hrozbám předejít a jak? [13]

SWOT analýza by měla být jednoduchá, konkrétní a postavená na faktech. Správná SWOT analýza nejprve důkladně zkoumá negativní aspekty a až poté pozitivní. Pro vysokou vypovídající schopnost je důležité sledovat jednotlivé charakteristiky daného místa (města) s ohledem na stejné charakteristiky v rámci širší oblasti (regionu, státu). [33]

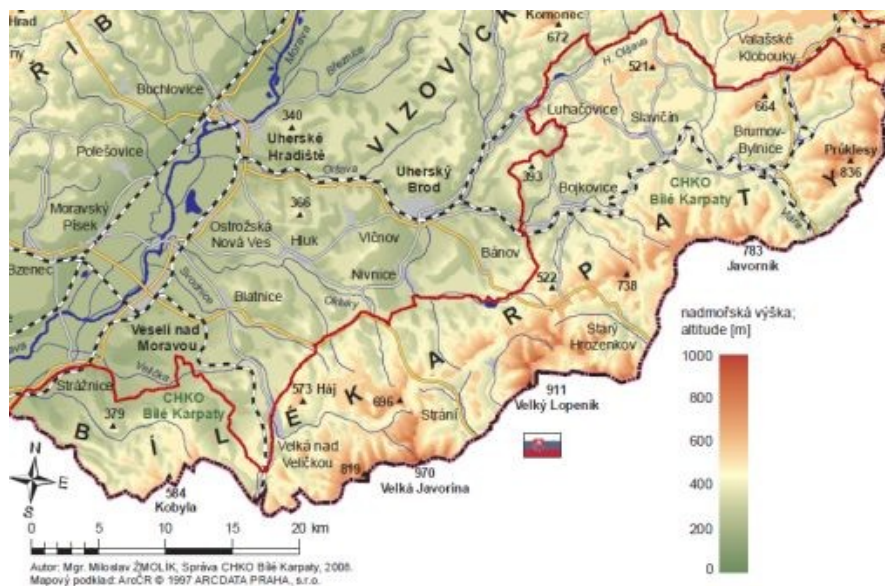
4 Lokalita - mikroregion Bílé Karpaty

Bílé Karpaty

Pohoří Bílé Karpaty, rozkládající se na hranicích mezi Českou a Slovenskou republikou, patří k nejnavštěvovanějším přírodním atraktivitám v oblasti východní Moravy. Na České straně zasahuje pohoří do několika okresů, a to do okresu Uherské Hradiště, Zlín a Valašské Klobouky. Slovenská část se rozprostírá v okresech Senica, Trenčín a Považská Bystrica. Bílé Karpaty o velikosti 715 km² patří do Chráněné krajinné oblasti od roku 1980, zatímco na Slovensku byla Chráněná krajinná oblast Biele Karpaty zřízena o rok dříve, v roce 1979. V roce 1996 byla oblast vyhlášena biosférickou rezervací UNESCO.

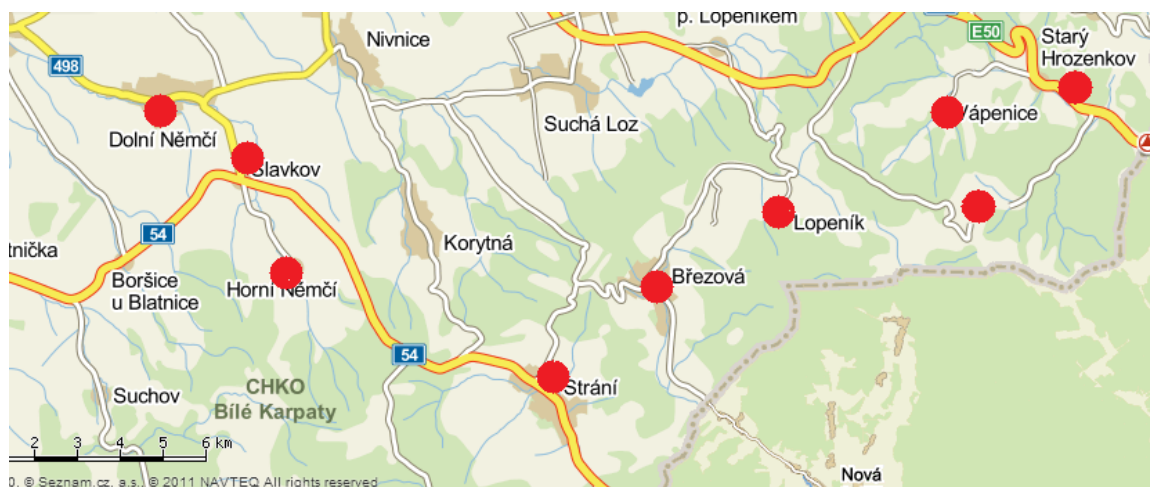
Hřbet Bílých Karpat měří 80 km, nejnižším místem je kóta 240 m n. m. nacházející se u Radějova a nejvyšším místem je Velká Javořina měřící 970 m n. m., na kterém se tyčí televizní rádiový vysílač o výšce 135 m n. m. Nejvyšší vrchol Velkých Karpat se nachází na státní hranici se Slovenskem a patří k cílům mnoha turistů. [5]

Obrázek 4.1 Mapa Bílých Karpat



Zdroj: [26]

Obrázek 4.2 Mapa obcí mikroregionu Bílé Karpaty



Zdroj: [35] ; vlastní zpracování

Geologie Bílých Karpat

Bílé Karpaty patří do Karpatské horské soustavy. Podklad tvoří převážně horniny zastoupené pískovci, střídající se s jílovcí a slínovci. V důsledku častého výskytu jílovcovitých měkkých hornin, dochází k sesuvům, které ovlivňují její obhospodařování a vzhled. Dalšími nepříliš úrodnými půdními typy jsou hnědé půdy. K významným výskytům patří minerální vody, známé z luhačovické pramenné oblasti. [5]

Rostlinstvo

Výhodnou polohou může oblast vděčit mimořádně bohatou květenou, ve které můžeme nalézt karpatské – horské druhy současně s druhy teplomilnými od jihovýchodu a druhy západoevropské. Bílé Karpaty patří k nejznámějším také díky přírodním zajímavostem, ke kterým patří květnaté, orchidejové louky patřící k nejrozsáhlejší a na druhy rostlin nejbohatším ve střední Evropě. Největší výskyt květenství se nachází v jihozápadní části CHKO, kde lze nalézt 74 chráněných druhů rostlin. Velkou plochu (téměř 45%) také zabírají lesy, z toho necelých 55% tvoří lesy listnaté, kde převažuje výskyt buku. Krajina je velmi pestrá, malebná a vytváří často zajímavou mozaiku, z důvodů prolínání zahrad, políček a starých sadů s loukami. [5]

Hospodaření

Pro místní obyvatele, v době rozdělení státu a vzniku státní hranice uprostřed pohorí, se pro mnohé zkomplikoval život. Vzhledem k těmto změnám, došlo k omezení trhu a obyvatelé ztratili pracovní místa na území Slovenska. Proto hlavní prioritou bylo stabilizace pracovních sil, bylo třeba rozvíjet infrastrukturu, zlepšit ekonomické podmínky pro zemědělskou výrobu, hledat nové pracovní příležitosti a podporovat výrobu a prodej místních produktů.

V jednotlivých částech Bílých Karpat se zemědělství liší, z důvodů k odlišným přírodním půdním podmínkám. V jižní části se pěstuje vinná réva, obilniny, slunečnice, kukuřice a řepa cukrovka. V severní části se nacházejí velké luční komplexy. Oblast je zaměřena na chov skotu, prasat a jatečné drůbeže. [5]

4.1 Ochrana přírody

Od roku 1980, kdy byly Bílé Karpaty vyhlášeny Chráněnou krajinnou oblastí a cílem CHKO je udržovat a zlepšovat stav její krajiny a přírody, je povinností pro návštěvníky a obyvatele dodržovat určitá pravidla. K některým pravidlům patří například zbavování se odpadů, tábořit a rozdělávat oheň, pokud na to místo není vyhrazeno, jezdit mimo cesty, znečišťovat nebo jinak měnit životní prostředí atd.

Správa CHKO Bílé Karpaty, která sídlí v Luhačovicích s detašovaným pracovištěm ve Veselí nad Moravou, zajišťuje kontrolu a péči o maloplošná území, pro která jsou jedním z nejdůležitějších úkolů údržba lučních porostů, které potřebují pravidelné kosení. Území rozdělena podle velikosti a významu se rozděluje:

- národní rezervace (NPR – 5),
- národní přírodní památky (NPP – 1),
- přírodní rezervace (PR – 12),
- přírodní památky (PP – 34).

Pro správné fungování a zajišťování vzhledu krajiny, správa spolupracuje se zemědělci, obcemi na území CHKO a s dobrovolníky sdruženými v nevládních organizacích například z organizace Českého svazu ochránců přírody, Hnutí Brontosaurus aj.

Na pracovišti Správy CHKO ve Veselí nad Moravou bylo založeno Vzdělávací a informační středisko Bílé Karpaty o. p. s. pro vzdělávání a informovanost veřejnosti.

Správa se zabývá mnoha činnostmi. Mezi hlavní patří: vedením exkurzí po rezervacích a zajišťováním přednášek pro děti a dospělé, informuje obyvatele a návštěvníky formou nástěnek a různých publikací, pořádá výukové programy pro všechny stupně škol v rámci školního vyučování.

Informace poskytuje také turistické informační středisko ve Starém Hrozenkově, pracoviště Správy CHKO v Luhačovicích, ve Veselí nad Moravou a v Brumově. [5]

4.2 Mikroregion Bílé Karpaty

Mikroregion s počtem 10 624 obyvatel s rozlohou 968 ha se nachází v příhraniční oblasti v těsné blízkosti slovenských hranic. Mikroregion vznikl v roce 2007 na podporu společné propagace v oblasti cestovního ruchu. K hlavní náplni patří také společné pořádní kulturních, sportovních akcí a podpora rozvoje cestovního ruchu. Oblast je známá díky svým kulturním tradicím, zvykům, krojům a zdejší přírodě. Mikroregion v současné době sdružuje 9 obcí. Vápenice, Vyškovce, Lopeník a Starý Hrozenkov spadají do oblasti Moravské Kopanice.

Sdružené obce:

- Březová,
- Dolní Němčí,
- Slavkov,
- Strání,
- Horní Němčí,
- Lopeník,
- Vápenice,
- Vyškovce a
- Starý Hrozenkov. [36]

4.2.1 Březová

Obec Březová, která se nachází v oblasti Bílých Karpat na úpatí Velké Javořiny, byla založena pravděpodobně ve 14. století. Obec se nachází v krásné přírodě v CHKO Bílé Karpaty. V její oblasti se nachází mnoho chráněných lokalit. Oblasti jsou známy výskytem vzácných orchidejí a vstavačů. Návštěvníky také láká chrám sv. Cyrila a Metoděje, který je chráněnou památkou. Zajímavostí této obce je výskyt tří uhličitých vod nedaleko Březové. Zmínky o těchto pramenech jsou z 16. století, avšak nemají

většího uplatnění na trhu, kvůli své odlehlosti obce. Obec pořádá nadžánrový festival Březovské léto, který se koná každoročně v červenci. [5]

Ubytování

Pro turisty je možné ubytování v **chalupě ve Mlýně**. Samostatně stojící chalupa, v blízkosti středu obce s kapacitou pro 5 osob. V chalupě se nachází obytná část s krbem, ložnice, sociální zařízení a zastřešená terasa. Možnost parkování venku nebo v garáži. Pronajmutí chalupy činí 5900 Kč/ týden v letní sezóně. Mimo sezónu je pronájem nižší a činí 5500 Kč/ týden. [28]

Stravování

V obci se nachází tři restaurační zařízení - U Bruštíků, hostinec U Lípy, chata Lopeník. [36]

4.2.2 Dolní Němčí

Malebná obec Dolní Němčí se nachází mezi Uherským Hradištěm a Uherským Brodem. Za poslední desetiletí, zde byly vybudovány všechna veřejná zařízení, rozrostla se zde oblast s průmyslovou zónou. Vznikly zde soukromé firmy, což je pro obyvatele přínosné z hlediska nových pracovních míst. Dominantou Dolního Němčí je novogotický farní kostel zasvěcený sv. apoštolům Filipu a Jakubovi.

K nejznámějším atraktivitám obce patří Vaření trnek, Hody s právem, Dožinkové slavnosti. K dochovaným stavbám lidové architektury patří Muzeum Na Mlýně. [36]

Ubytování

Pro návštěvníky je možnost ubytování v **penzionu Rozkvět**, který nabízí i možnost stravování. Každý pokoj má k dispozici sociální zařízení (sprchový kout+WC), televizi a možnost připojení na internet. V suterénu Pensionu Rozkvět se nachází squashové hřiště. [40]

Stravování

Obec nabízí svým turistům restaurační zařízení - kavárna a restaurace Na Mlýně, Tipsport bar, pohostinství U Cmolů, restaurace Rozkvět. [36]

4.2.3 Slavkov

Obec, se může chlubit třemi přírodními lokalitami. Jsou to národní přírodní rezervace Porážky, přírodní rezervace Dolnoněmčanské louky a přírodní památka Sviní hnízdo. Trasu lze zdolat pěšky nebo na kole. Ke kulturním událostem patří Hody a Fašanková obchůzka maškar po dědině.

Pokud si turisté vyberou možnosti využít kolo, mohou využít vinařskou cyklistickou stezku, která vede přímo ze Slavkova na Velkou Javořinu. Trasa je dlouhá 15 km.

Ubytování

Pro turisty, kteří chtějí v oblasti přespát, mají možnost v **hotelu Karpaty**, který se nachází v centru obce. Hotel poskytuje soukromé bezplatné parkoviště, bar, letní zahrádku, bezplatný přístup na internet. Součástí hotelu je restaurace s kapacitou 90 míst.

Stravování

Turisté určitě ocení při chvilce odpočinku vinárnu Pod Třešněmi, proslulou domácí kuchyní nebo širokou nabídkou místních specialit. [36]

4.2.4 Strání

Příhraniční obec, která se nachází z velké části mezi horami a kopci, je rozdělena na dvě části. A to na část Strání a Květnou, které však tvoří jeden celek. K tradičním událostem patří fašankové slavnosti v období masopustu, hody, silvestrovský přechod přes Bílé Karpaty, který končí zapálením Vatry přátelství na náměstí. Další tradicí na přelomu července a srpna je setkání Čechů a Slováků na vrcholu Bílých Karpat. Na těchto akcích můžete nasát atmosféru lidových tradic a veselí.

V této malebné obci nalezneme přírodní atraktivitu. Patří mezi ně přírodní rezervace Javořina a Nová Hora. Dále přírodní památky Hrnčárky, Mechnáčky a Záhumenice. [36]

Ubytování

Pro turisty je možnost ubytování a stravování v **penzionu Zámeček**. Tento lovecký zámeček nabízí stylové prostředí, pivnici s barem, nekuřáckou restauraci, velký sál až pro 150 osob, čtyři salóňky pro 20-40 osob, konferenční prostory, nádvoří s pergolovým posezením a barem, bezplatné parkování, WIFI v celém objektu zdarma, pokoje s vlastním sociálním zařízením, TV na pokoji, k dispozici audiovizuální techniku, bezbariérový přístup a obřadní síň přímo v objektu. Restaurace nabízí přesnídávkové polévky, obědové menu, hotová jídla nebo výběr jídel z jídelního lístku.

Další ubytovací zařízení v obci je turistická ubytovna DTJ Květná, ubytování v soukromí U Popelků a chalupa Levandule.

Stravování

Ke stravovacím zařízením v obci patří restaurace Na Huti, bowling Magdalena – restaurace, restaurace Na Zámečku, pohostinství Popelka, restaurace U Skláren, Sportbar. [36]

Sklářství

Neodmyslitelnou tradicí je sklářská výroba. Známe jsou zde Moravské sklárny Květná a sklárna Breznický GLASS, kde si můžete vyzkoušet foukání skla, možnost koupit si výrobky ze sklárny a podívat se na prohlídku tradiční výroby. Za zmínku také stojí rodinný dům Štrbákovec, z první poloviny 19. století, kde můžeme shlédnout nástroje a nářadí z tehdejší doby. Poslechnout si lidové straňanské písničky a obdivovat kulturních klenoty obce.

Turistika

Pro milovníky pěší turistiky zde začínají turistické trasy na vrcholek Bílých Karpat. První naučná stezka, která zde vznikla se nazývá Květná a její trasa je nenáročná, tudíž

vhodná pro rodiny s dětmi, seniory a ostatní. Trasu lze absolvovat na kole, na běžkách nebo na koni. Trasa je dlouhá 7 km a obsahuje 9 stanovišť s naučnými tabulemi. Druhá stezka dlouhá 15,5 km na Velkou Javořinu začíná v Hrabini směr ke Kamenné boudě až na Velkou Javořinu a zpět k Holubyho chatě, Nad Květnou až do Strání.

Pro turisty je k dispozici informační centrum Strání-Květná, kde se lze informovat o obci, o okolí, o službách a programech a o další škále informací. [43]

Propagace

Obec je jednou z nejnavštěvovanějších obcí regionu. Kříží se zde mnoho tras, proto obec využila své marketingové činnosti a vytvořila výlety, tzv. balíčky po okolí.

1) Za tradičními řemesly i Naučnou stezkou Květná

Výlet zahrnuje návštěvu v Moravských sklárnách Květná, oběd, procházku po naučné stezce Květná, poté v Korytné prohlídka ovčína.

2) Bílé Karpaty tvoje droga

Tímto způsobem obec Strání propaguje oblast Bílých Karpat. Láká především na pěší turistiku, cyklo turistiku, Velkou Javořinu, sklářskou tradici a místní folklor.

Obrázek 4.3 Propagační leták



Zdroj: [43]

3) Po stopách J. A. Komenského a za dobrotami Bílých Karpat

Výlet začíná v Uherském Brodě v muzeu J. A. Komenského a poté návštěva místního aquaparku. Další místo návštěvy je Vlčnov, obec typická výrobou vdolečků a lidové pálenice.

4) Po stopách sklářů a Čachtické paní

1. den: V turistické ubytovně v DTJ Květná, sportovní dopoledne, odjezd do Čachtic, návštěva muzea a výšlap na zřícenině hradu Čachtice, návrat na ubytovnu a večere v restauraci.

2. den: Exkurze do Moravských skláren Květná, odpoledne návštěva koupaliště s tobogány. Tento relax určitě přivítají všechny generace.

5) Na sever Bílých Karpat a slovenský Sršatec

Výlet začíná v Brumově - Bylnici na místním hradě Brumov. Následuje návštěva židovského hřbitova s 50 náhrobky a návštěva bývalé panské vily s muzeem o životě v podhradí.

6) Turistika v panenské přírodě Bílých Karpat

1. den: Procházka po okolních lesích, naučných stezkách, odpolední turnaj ve volejbale, možnost využití bazénu a posilovny. Den je zakončen táborákem.

2. den: Výlet na Velký Lopeník.

7) Bílé Karpaty bez hranic

1. den: Procházka po okolních lesích, naučných stezkách, odpolední turnaj ve volejbale, možnost využití bazénu a posilovny. Po náročném dni se všichni účastníci mohou setkat u táboráku.

2. den: Návštěva Čachtické zříceniny, muzeum, návštěva Parku miniatur. Park ukazuje modely slovenských hradů a jiných objektů v měřítku 1:50. V Parku miniatur lze předem zajistit opékání špekáčků. [43]

4.2.5 Horní Němčí

Obec založená s největší pravděpodobností ve 13. století se nachází pod Velkou Javořinou v nadmořské výšce 340 m. Obyvatelé se zaměřují především na zemědělství a vinohradnictví. Centrem vsi je kostel svatého Petra a Pavla, který je kulturní památkou obce.

Mezi přírodní zajímavosti patří Drahy, které jsou v katastru obce zapsány jako přírodní rezervace. Přírodní památky, ve kterých je hojný výskyt chráněných rostlin a živočichů, které lze navštívit v obci Horní Němčí, jsou Bahulské jamy, Uvezené a Za lesem. Na podporu ochrany přírody na území obce, vznikl v roce 1998 Český svaz ochránců přírody Jalovec, který je veden jako nezisková organizace. Hlavní činností této organizace je údržba přírodní rezervace Drahy a dalších lokalit na území obce.

Tradiční událostí v obci, kdy poslední týden v měsíci června, se slaví Hody. Obdivovat zde můžeme horněmčánský kroj společně s dechovou hudbou "Horněmčanka", který má v obci již dlouholetou tradici. [36]

Ubytování

Možnost ubytování a stravování nabízí rodinný **penzion Bod'a**. Útulný a příjemný penzion nabízí:

- apartmá 2-lůžkový pokoj s přistýlkou, sociální zařízení s vanou, TV, balkón,
- 3-lůžkový pokoj, sociální zařízení s vanou, TV,
- 2-lůžkový pokoj + 4-lůžkový pokoj (pokoje mají společné sociální zařízení se sprchovým koutem),
- nekuřáckou restauraci s celoročním provozem a letní zahrádkou,
- vinárnu,
- saunu (max. pro 10 osob), možnosti masáže na objednávku,
- plavecký bazén (s velikostí 33 x 13,5m),
- dětský bazén s vodní atrakcí,

- zahradní restauraci (s kapacitou 30 hostů).

V místní konírně si lze domluvit jízdu na koni. Pro milovníky cykloturistiky vede kolem penzionu cyklostezka a nedaleko Beskydsko-Karpatská magistrála. V zimním období lze navštívit lyžařský vleč ve Strání (8km), Velký Lopeník (20km), Filipovo údolí (20km), Velkou Javořinu (30km). [38]

4.2.6 Lopeník

Obec se nachází v biosférické rezervaci a současně v oblasti Moravské Kopanice. Podle názvu si obyvatelé půdu obdělávali pouze kopáním. Převážela zde chudoba a neúrodnost půdy. Na mnoha místech jsou zachovány rázovité chalupy, typické pro Moravské Kopanice. Dnes Lopeník patří k rekreačním oblastem, které láká spousty turistů.

Obcí vede cyklostezka a tři naučné stezky. Jednou z nich je trasa na rozhlednu Velký Lopeník. Rozhledna vysoká 22 m n. m. z dubového dřeva připomínající přátelství mezi Čechy a Slováky, stojí přímo na státní hranici a nabízí krásný výhled, jak do širokého okolí Moravského Slovácka, tak i na doliny a pahorky západoslovenského kraje.

Mikroregion Bílé Karpaty, Bojkovsko, Bošáčka a obec Lopeník pořádají májové otevírání rozhledny. Program zahrnuje zahájení, přivítání účastníků panem starostou obce Lopeník, symbolické otevření rozhledny Bílých Karpat, pietní akt a kladení věnce u památníku padlých vojáků. Setkání účastníků je zpříjemněno hudbou s harmonikáři. [32]

Ubytování

Rekreační objekty jsou především na Mikulčině Vrchu pod Lopeníkem, kde jsou dobré lyžařské podmínky. Je zde k dispozici sjezdovka Myšačka a Lopata s využitím umělého zasněžování.

1) Chata Arnika

Chata nabízí ubytování v hlavní budově nebo v chatkách, stravování, možnost vypůjčení sportovního vybavení, pronajmutí grilu a sportovního vyžití v okolí chaty. [29]

2) Horská chata Jana

Horská chata Jana je dalším vyhledávaným rekreačním objektem v této nádherné krajině. Chata je umístěna na polosamotě v lesním prostředí pod Velkým Lopeníkem a lopenickým sedlem. Chata nabízí 7 apartmánů, které jsou vybaveny kuchyňským koutem, obývacím pokojem s krbem, předsíňkou, TV, samostatné sociální zařízení a samostatnou ložnici. Možnost využití restaurace s kapacitou pro 60 lidí pro uspořádání soukromých oslav, firemních akcí nebo jen pro posezení s přáteli. [25]

3) Chata Lopata

Chata se nachází pod Mikulčíným vrchem v blízkosti lyžařské sjezdovky Lopata. Ubytovací zařízení nabízí až 42 míst. Horská chata vhodná pro školy v přírodě a lyžařské výcviky. [30]

4) Prostory Obecního úřadu

V obci se nabízí také možnost ubytování v prostorách Obecního úřadu. Kapacita prostor je omezená. Nabízí jeden třílůžkový pokoj s možností přistýlky, ve kterém je k dispozici sprcha, WC, TV, kuchyňka s lednicí. Poté nabízí jeden dvoulůžkový pokoj se sprchou, WC a kuchyňkou s lednicí. [32]

5) Monte Lope

Ubytování v horské chatě Monte Lope, která je obklopena největšími vrchy Bílých Karpat. Ubytování je možno využít v hlavní budově nebo v chatovém táboře.

Středisko nabízí v hlavní budově: restauraci, jídelnu, sál, lůžkovou část, relaxační centrum a venkovní terasu.

Chatový tábor nabízí: 20 čtyřlůžkových chatek, sociální zařízení, pergolu s posezením, ohniště, venkovní bazén a víceúčelové hřiště.

Okolí skýtá mnoho příležitostí k výletům, turistice nebo cykloturistice po vyznačených stezkách. [37]

4.2.7 Vápenice

Osada v údolí Krátkovského potoka, která byla součástí Starého Hrozenkova, je vyhlášena výrobou dřevěných holubiček. Zdejší obyvatelé se živili pálením vápna, proto název Vápenice. Obyvatelé se také živili prací v lese nebo sezónní prací v zahraničí. I na této malé rozloze se nacházejí dvě přírodní památky "Mravenčí louka" a "V krátkých". Místní obyvatelé se především zaměřují na využití agroturistiky, především v okrajových oblastech, které jsou vylidněné nebo slouží k rekreaci. [45]

Ubytování

- 1) **Agropenzion Vápenice** se nachází v klidném prostředí Bílých Karpat. Nabízí 35 lůžek, pokoje jsou 2 lůžkové, 3 lůžkové a 5 lůžkové. Umístění penzionu je v blízkosti dvou lyžařských svahů a běžecké trati o délce 7 km. V areálu se nachází chata s kapacitou 14 lůžek. Ve volném čase můžeme využít hřiště nebo nově vybudovaný bazén. I když penzion se označuje jako agropenzion, nepožaduje po ubytovaných pomocnou práci na hospodářství. [24]
- 2) **Penzion Patrik** se nachází na samém vrcholku Mikulčina vrchu pod vesničkou Vápenice. Tří hvězdičkový penzion nabízí aktivní i pasivní strávení dovolené. Ubytování je vhodné pro rodiny s dětmi s možností využití tenisového hřiště, bazénu, dětské herny nebo dětského koutku. Pro firmy umožňuje konání firemních večírků, konferencí, školení apod.

Penzion nabízí:

- prostorné apartmány (10 lůžek + 5 přistýlek),
- komfortní chatky (2 chatky šestilůžkové a 3 čtyřlůžkové),
- restauraci,
- salónky,

- dětský koutek a hernu,
- wellness centrum a
- zahradu s terasou.

U penzionu je možnost parkování s možností využít i krytého parkování. [39]

- 3) **Ekofarma U Macků** nabízí ojedinělý zážitek v krásné přírodě. Návštěvníci mohou vidět roubenou sušičku ovoce stavěnou podle starých původních vzorů, pomáhat při pracích na farmě ve společnosti východofriských oveček. Na podzim je nabízeno sušené bio ovoce a v době zrání je možnost si vybrat z více jak 70 odrůd a načesat si je domů. Velkým zážitkem je spaní v podkroví sušičky prosyceném vůní sušeného ovoce. Farma má také svůj e-shop, kde nabízí své produkty. Sezónní novinkou jsou chipsy z červené řepy. [20]

4.2.8 Vyškovec

Malebná vesnička v Moravských Kopanicích, kterou obývá necelých 200 obyvatel. I tato oblast tvoří nádhernou přírodní scenérii, kterou tvoří přírodní památky "Chmelnice" a "Pod Hřibovňou" a přírodní rezervace "Ve Vlči". Pro milovníky botaniky je k vidění zarůstající pastvina s výskytem mnoha rostlin v lokalitě Štefková.

Ubytování

Pro ideální typ dovolené je zde možnost agroturistiky a v zimním období využití lyžařských svahů nebo běžkařských tras. K ubytování, stravování a k rekreaci je možné využít horské chaty nebo místních horských chalup. [45]

Starobylá **chalupa na Vyškovci** přináší nerušené trávení volných chvil na venkově. Za domkem vyvěrá pramen s pitnou vodou, pod chalupou je políčko s bio zeleninou, kterou klienti mohou konzumovat. K dispozici je také gril a ohniště. [27]

Další ubytování: chata Čerepácha, chata Kafka, horská chata Valmont. [36]

4.2.9 Starý Hrozenkov

Nejnámější obec v oblasti Moravských Kopanic s velmi zajímavou historií a kulturou. Díky své poloze blízko hranic byla vesnice mnohokrát pleněna a zpusťována. V 16. století obec osídlili především Valaši a později v 18. století Slováci, kteří se živil chovem hovězího dobytka, pěstováním polních plodin a později těžením stavebního kamene. Lidé se snažili držet svých tradic, což se jim dodnes povedlo.

Ke kulturním památkám řadíme barokní Farní kostel Panny Marie, barokní socha Jana Nepomuckého, kaple ze 17. století, budova základní školy vévodící kopaničářskému kraji.

Přírodní zajímavostí je Hrozenkovský lom, který je jediným místem, kde lze pozorovat sloupcovitou odlučnost bazaltu (čediče).

K tradicím obce každým rokem patří Kopaničářské slavnosti doprovázeny mnoha hudebními soubory. Starohrozenkovský kroj patří k nejzajímavějším oděvům na Slovácku, který je vyznačován křížkovou výšivkou.

Turisticky vhodná je oblast v létě i v zimě. Lyžařské vleky jsou přístupné z Mikulčina vrchu. Obec je vhodná pro turisty a cykloturisty díky husté síti tras po hřebenech Bílých Karpat a dálkovou trasou procházející obcí zvaná Beskydsko-karpatská magistrála. Obcí prochází naučné stezky „Moravské Kopanice“ a „Okolo Hrozenka“.

[42]

Ubytování

Obec provozuje čtyři ubytovací zařízení v celkové kapacitě 234 lůžek.

1) Rekreační středisko KORD

V areálu Rekreačního střediska KORD lze využít dřevěný srub Kamila s kapacitou 11 lůžek, zděnou chatu pro 6 osob a 5 malých 4 lůžkových chat. Areál má k dispozici venkovní bazén a asfaltové hřiště.

2) KEPM I.

Hlavní budova disponuje deseti pokoji o celkové kapacitě 47 lůžek. Prostor v kempu umožňuje využití stanování pro 40 stanů a využití sociálního zařízení.

3) KEMP II

Kemp se specializuje na karavany. Disponuje kapacitou pro 24 karavanů. V přilehlé budově je 10 pokojů s kapacitou 38 lůžek. Za poplatek lze využít 3 bazény a hřiště pro plážový volejbal.

4) Ubytovna na hranici

Ubytovna představuje netradiční ubytování na hraničním přechodu, které se pohybuje kolem 160 až 300 Kč za noc. Ubytovna je rozdělena na budovu na české straně a na budovu na slovenské straně s kapacitou 70 lůžek.

Stravování

K chvilčkám odpočinku v době oběda mohou turisté navštívit restauraci Kordárnu nebo hospodu Kubáník. [42] [45]

4.3 Turistické atraktivity v mikroregionu Bílé Karpaty

Naučné stezky

K nejatraktivnějším aktivitám v oblasti Bílých Karpat neodlučitelně patří pěší a cykloturistika. Můžeme zde navštívit mnoho naučných stezek pro širokou veřejnost. Trasy jsou vhodné pro všechny věkové kategorie. Podle obtížnosti si můžeme vybrat délku trasy a druh trasy podle náročnosti. Po krásách Bílých Karpat vás Klub českých turistů (KČT) provede také sedmi naučnými stezkami. Ve Veselí nad Moravou se nachází expozice věnovaná tomuto unikátnímu území. Naučné stezky vás provedou zajímavými krajinami tohoto pohoří, seznámí vás s přírodou a lidovou kulturou, která zde stále přetrvává. V jižní části můžeme vidět rozsáhlý komplex květnatých luk, které patří co do počtu rostlinných druhů k nejbohatším v Evropě. Ve střední části, zvané Moravské Kopanice, vás okouzlí pohled na políčka, stavení, louky a pastviny, které tvoří krásnou mozaiku z těchto objektů. Severní část tvoří převážně chodníky vedoucí bukovými lesy nebo lázeňskou kolonádu v městě Luhačovice. K nejznámějším trasám patří naučná stezka Lopeník, naučná stezka Javořínská, naučná stezka Moravské Kopanice, stezka Okolo Hrozenka a Šumárnická. Tyto trasy lze zdolat jak pěšky, tak také na kole. V této oblasti je také možnost využít cyklistických regionálních tras nebo trasy pro zdatnější cyklisty, a to dálkovou trasu Beskydsko-karpatskou magistrálu.

O stezky pečuje Vzdělávací a informační středisko Bílé Karpaty ve Veselí nad Moravou. [45] [46]

a) Naučná stezka Lopeník

Přírodovědná naučná stezka, která ukazuje přírodu Moravských Kopanic pod Velkým Lopeníkem. Trasa začíná i končí v obci Lopeník. Vhodná pro rodiny s dětmi, cyklisty i pro pěší turistiku. V zimě je vhodná také pro běžkaře. Náročnost trasy se označuje jako střední, tudíž je vhodná pro širokou škálu návštěvníků. Stezka začíná úvodním panelem u Obecního úřadu, kde se můžeme seznámit s CHKO Bílé Karpaty a obcí Lopeník. Naučná stezka nám představí rostlinstvo a živočichy, seznámí nás s geologií, vodními poměry území, dozvíme se zajímavosti o vrchu Velký Lopeník, o

historických událostech i lesním hospodaření. Při stáčení stezky zpět k obci Lopeník se seznamujeme u památkově chráněné usedlosti č. p. 141 s prvky lidové architektury a rekreací v této části Kopanic.

Návštěva naučné stezky je celoroční, ale nejvhodnější je od jara do podzimu, kdy na loukách a pastvinách vykvétají často masově orchideje.

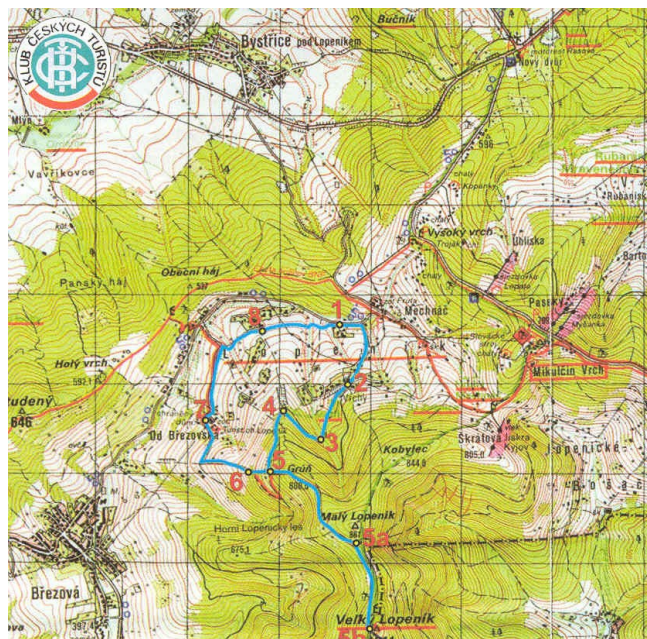
Celková délka: 7,3 km

Čas prohlídky: 1,5 hod.

Náročnost: střední

Dostupnost: linkovým autobusem do Lopeníku

Obrázek 4.4 Naučná stezka Lopeník



Zdroj: [45]

b) Naučná stezka Javořinská

Bílé Karpaty nabízejí mnoho stezek, jednou z takových je Naučná stezka Javořinská, která se nachází v oblasti Hornácka. Naučná stezka představuje historické a přírodovědné zajímavosti Velké Javořiny, Bílých Karpat a Velké nad Veličkou. Vhodná pro pěší i cykloturistiku. Je zde také možnost trasy rozdělit na tři části. Na část krátkou,

kteřá je dlouhá 5 km, na část střední, kteřá je dlouhá 16 km a pro ty, co chtějí zdolat trasu celou, si zvolí trasu dlouhou o délce 23 km. Při absolvování trasy se návštěvníci seznámí s oblastí Hornácko a jeho tradicemi. Dále poznáte Filipovské údolí, rekreaci v tomto údolí a jeho historii. Další zastávka nás seznámí s bučinami Bílých Karpat, s ochranou přírody v této části biosférické rezervace a CHKO Bílé Karpaty. O stezku opět pečuje ZO ČSOP Bílé Karpaty ve Veselí nad Moravou.

Celková délka: 23 km

Čas prohlídky: 5 hodin

Náročnost: těžká

Dostupnost: vlakem do Velké nad Veličkou

c) Naučná stezka Moravské Kopanice

Naučná stezka zaměřená na přírodu, historii a kulturu kopaničářského kraje. Stezka tvoří okruh, tudíž začíná i končí ve Starém Hrozenkově. Stezku lze zdolat pěšky a nebo na kole. Ideální doba pro turistiku je květen a červen, kdy kvete mnoho zajímavých druhů, zejména orchidejovitých.

Celková délka: 23 km nebo 16 km, 14 panelů.

Čas prohlídky: 4 hodiny

Náročnost: střední

Dostupnost: linkovým autobusem do Starého Hrozenkova

d) Naučná stezka Okolo Hrozenka

Stezka začíná ve Starém Hrozenkově, pokračuje v obci Žitková, Vyškovce, Vápenice a vrací se zpět do Starého Hrozenkova. Seznámuje nás s přírodou a historií Kopanic. Vhodná je pro pěší i cykloturistiku.

Celková délka: 18 km

Čas prohlídky: 4 hod.

Náročnost: střední

Dostupnost: autem nebo linkovým autobusem do Starého Hrozenkova

e) Naučná stezka Květná

Stezka začíná u sklárny ve Strání-Květná a tvoří malý okruh, tudíž v obci také končí. Vhodná je pro pěší i cykloturistiku. Díky své lehké náročnosti je dostupná všem věkovým kategoriím. Informační panely sdělují o místních tradicích, o geologických a hydrologických poměrech území, o místní fauně a flóře a seznamují nás s myšlenkou bratrství Čechů a Slováků.

Celková délka: 7 km

Čas prohlídky: 3 hod.

Náročnost: lehká

Dostupnost: linkovým autobusem do Strání [45] [46]

4.3.1 Turistické trasy

a) Velká Javořina

Turistická cesta, která vede přes nejvyšší vrchol pohoří.

Zastávky: Vrbovce, železniční stanice – Kamenná vrata – Kubíkův vrch – Dibrovův pomník – Velká Javořina – Květná.

Délka: 23 km

Čas chůze: 7 hod.

Převýšení: +590 m, -615 m.

Náročnost: Převážně výskyt lesních cest a stezek, příkřejší stoupání se objevuje jen v krátkých úsecích.

Občerstvení: Holubyho chata (na Slovenském území)

b) Velký a Malý Lopeník

Trasa uváděná jako Hřebenovkou přes Moravské Kopanice.

Zastávky: Květná – Nová hora – Staré díly – Velký Lopeník, rozhledna – Malý Lopeník – Mikulčin vrch – Pod Vyškovcem – Vápenice – Starý Hrozenkov

Trasa navazuje na trasu č. 2 (Velká Javořina)

Délka: 17,5 km

Čas chůze: 5hod.

Převýšení: +870 m, -800 m.

Náročnost: Povětšinu travnatá cesta, na Velký Lopeník příkřejší výstup, kombinace zpevněných lesních úseků a asfaltových cest.

Občerstvení: Mikulčin vrch, chata Valmont, Vyškovec, Starý Hrozenkov

Z Bojkovic na Moravské Kopanice – 29 km

Okolo Starého Hrozenkova – 21,5 km [41]

4.3.2 Cykloturistika

- **Vápenky - Kamenná bouda – Strání 5052**

délka: 12 km

převýšení: 200 m

Z obce Vápenky vede zpevněná cesta serpentinami až ke Kamenné boudě. Poté vede trasa k rozcestníku Horní kopec, odkud cesta klesá až do obce Strání, kde se jede po zpevněném i nezpevněném povrchu.

- **Strání - Březová**

délka: 5,5km

převýšení: 200 m

Začátek trasy je poměrně náročný, kdy přichází stoupání po silnici III. třídy, až do obce Strání, kde je krásný výhled na Velkou Javořinu. Další část trasy sjíždíme do obce Březové.

- **Okružní trasa kolem Bílých Karpat**

délka: 103km

Varianta A: Státní hranice - Kuželov - Hrubá Vrbka - Velká nad Veličkou - Javorník - Suchovské mlýny - Vápenky - Strání - Březová - Lopeník - Mikulčin Vrch - Vyškovec - Starý Hrozenkov - Žitková - Pitín - Rokytnice - Štítná nad Vláří - Brumov-Bylnice - Návojná Nedašov – Nedašova Lhota - státní hranice

Varianta B: Státní hranice - Megovka - Nová Lhota - Suchovské mlýny - Vápenky - Strání - Březová - Lopeník - Mikulčin Vrch - Vyškovec - Starý Hrozenkov – Žitková Pitín - Rokytnice - Štítná nad Vláří - Brumov-Bylnice - Návojná - Nedašov – Nedašova Lhota - státní hranice

Tento okruh vede převážně po zpevněných komunikacích. Vhodná kola pro zdolání této trasy jsou crossové kola nebo MTB (kola, která mají hladké pláště). Možnosti stravování jsou ve Velké nad Veličkou, ve Strání, ve Starém Hrozenkově, ve Štítné nad Vláří, v Brumově nebo v turistických oblastech Mikulčina vrchu. [43]

- **Beskydsko-karpatská magistrála**

Trasa: Sudoměřice, hraniční přechod – Strážnice – Velká nad Veličkou – Vápenky – (Vizovice – Vsetín – Český Těšín)

Délka trasy: 42,3 (249) km

Náročná dálková trasa vedoucí pohraniční oblastí Bílých Karpat a Beskyd. Začátek trasy podél řeky Moravy je spíše rovinatý, k blížícímu se pohoří Bílých Karpat je trasa náročnější. Trasa vede převážně po komunikacích III. třídy a po zpevněných lesních a polních cestách. Trasa vede dále do Zlínského a Moravskoslezského kraje. Trasa je vhodná pro fyzicky zdatné jedince s využitím nejlépe horského kola. [14]

4.3.3 Ski areál Bílé Karpaty

Lyžařské centrum se nachází na Mikulčině vrchu ve výšce 750 m n.m. V areálu se nacházejí dva lyžařské svahy. Jeden svah přímo u chaty Lopata, disponuje umělých zasněžováním a osvětlením. Druhý svah je vzdálen 650 m, kde je sníh pouze přírodní. Pro milovníky běžkování jsou k dispozici běžecké trasy, které jsou značené a kopírují trasy turistické. Trasy jsou dlouhé 3 – 10 km v celkové délce 70 km.

Chata Lopata nabízí levné ubytování, stravování nebo také možnost vlastního vaření. Ubytovací kapacita je 36 lůžek po dvou, tří a pěti lůžkových pokojích. Cena za 1 lůžko činí 210 Kč, při ubytování na dvě a více nocí je lůžko levnější, a to za 170 Kč. Parkování je zdarma přímo u chaty s kapacitou pro 450 osobních automobilů. Vhodné pro široké spektrum návštěvníků, pro krátké i dlouhodobé pobyty. [41]

4.3.4 Slavnosti a tradice

a) Horňácké slavnosti

Slavnosti konající se od roku 1957 v obci Velké nad Veličkou. Tyto slavnosti trvají čtyři dny a ukazují původní kroje devíti obcí mikroregionu. V programu nesmí chybět vystoupení folklóru celého Horňácka, cimbálová muzika, sólová vystoupení, folklórní tanec a tradiční jarmark lidových řemesel. Závěrem slavností je nedělní mše a opékání chutného masa. [23]

b) Mezinárodní folklórní festival ve Strážnici

Jeden z nejstarších a největších festivalů u nás, který se koná ve Strážnici. Tento rok se koná již 69. ročník festivalu ve dnech od 26. – 29. června 2014. K vidění je soutěž o nejlepšího tanečníka verbuňku, což je lidový tanec zapsán do seznamu UNESCO jako nemateriální dědictví. Dále k vidění je soutěž lidových zpěváků, vystoupení dětských souborů, ukázka řemeslných tradic nebo slavnostní průvod. Festival každoročně zahrnuje více než 30 pořadů, které se uskutečňují ve festivalovém areálu parku, v budově zámku, v celém areálu Muzea vesnice jihovýchodní Moravy a částečně i ve městě. V minulém roce se festivalu zúčastnilo 1 840 domácích účinkujících a 220 zahraničních. Zahraniční

soubory tvořily účastníci z Bulharska, Chorvatska, Indie, Kostariky, Maďarska, Slovenska a Turecka. [34]

c) Kopaničářské slavnosti

Slavnosti se konají začátkem letních červencových dnů ve Starém Hrozenkově a trvají tři dny. Tématem slavností je ukázka lidových tradic, řemesel a folklóru. V pozdních hodinách je připraven ohňostroj a lidová veselice. [31]

Obrázek 4.5 Kopaničářské slavnosti



Zdroj: [31]

d) Fašank ve Strání

Festival masopustních tradic ve Strání přináší neopakovatelné zážitky živých lidových tradic. Festival začíná ve čtvrtek a končí v úterý o půlnoci pochováním basy. Ve středu začíná Popelační středa a půst před velikonočními svátky. K vidění je mnoho účinkujících v krojích, mečový tanec fašankářů, ukázky tradiční sklářské tvorby, poslech mnoha lidových písní, ochutnávky místních dobrot a košť vína. [43]

5 Výsledky vlastního šetření

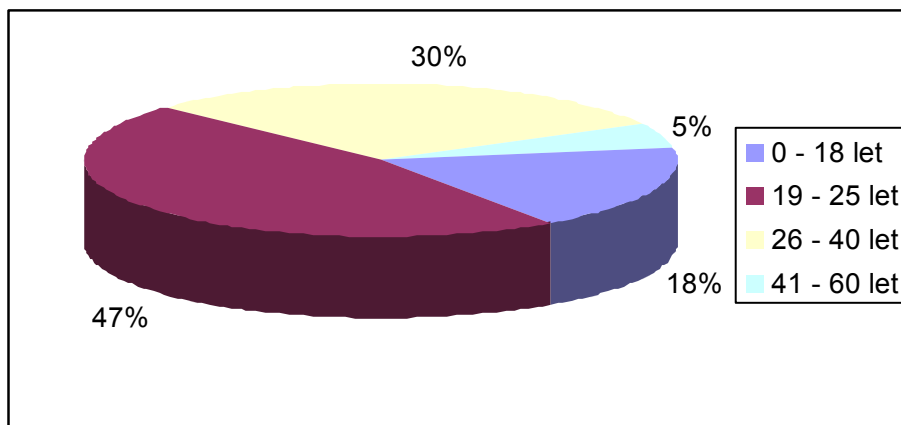
Dotazníkové šetření zkoumá procentuální zastoupení lidí, kteří oblast navštěvují, z jaké oblasti turisté pocházejí a jaký je jejich věk. Cílem bylo zjistit co je vede k tomu, aby navštívili oblast, zda jsou turisté spokojení, popřípadě nespokojení a zjistit, co by chtěli v dané lokalitě změnit.

5.1 Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření jsem prováděla na 100 dotazovaných. Cílem bylo zjistit, zda jsou Bílé Karpaty dobře propagovány, zda lidé o této oblasti vědí, zda jsou se službami v mikroregionu spokojení a která místa jsou nejvíce navštěvovaná.

Otázka č. 1

Graf 5.1 Jaký je Váš věk?

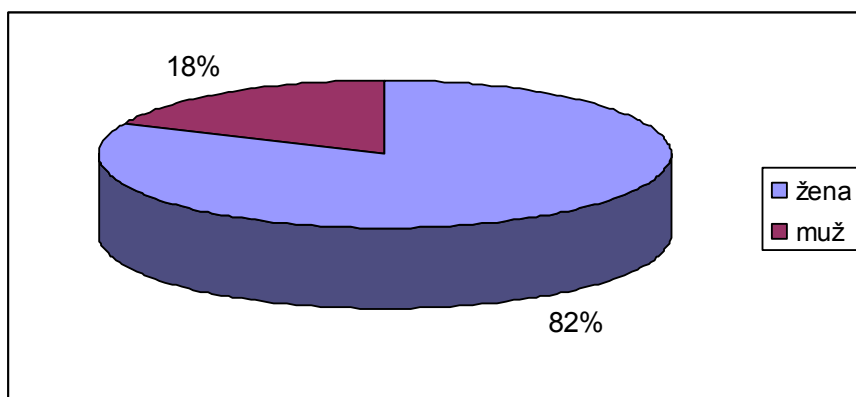


Zdroj: [vlastní]

Dotazníku se zúčastnili především lidé ve věkové skupině 19 – 25 let. Dále pak ve věkové skupině 0 – 18 let, kterých se zúčastnilo 18. Mezi 26 – 40 lety se zúčastnilo 30 osob a nejmenší zastoupení měla věková skupina 41 – 60 let. Věkovou skupinu 60 a více jsem do dotazníku zahrнула, ale nikdo se v této věkové skupině nezúčastnil.

Otázka č. 2

Graf 5.2 Jaké je Vaše pohlaví?

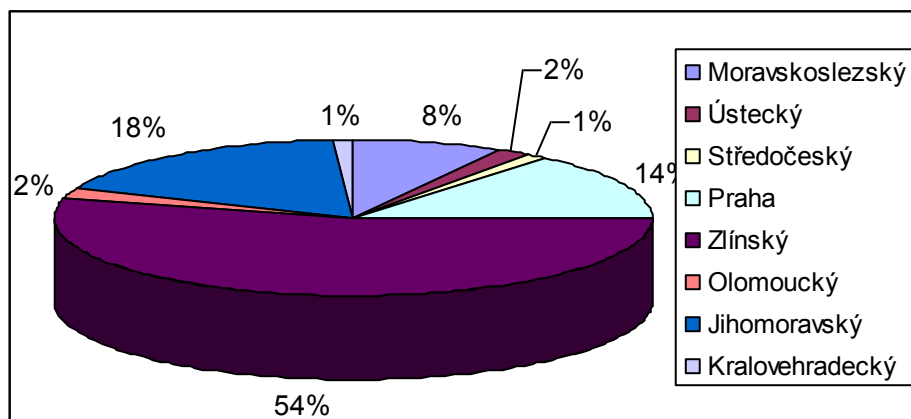


Zdroj: [vlastní]

Na dotazník odpovídaly převážně ženy. Žen – 82, mužů – 18.

Otázka č. 3

Graf 5.3 Z jakého kraje pocházíte?

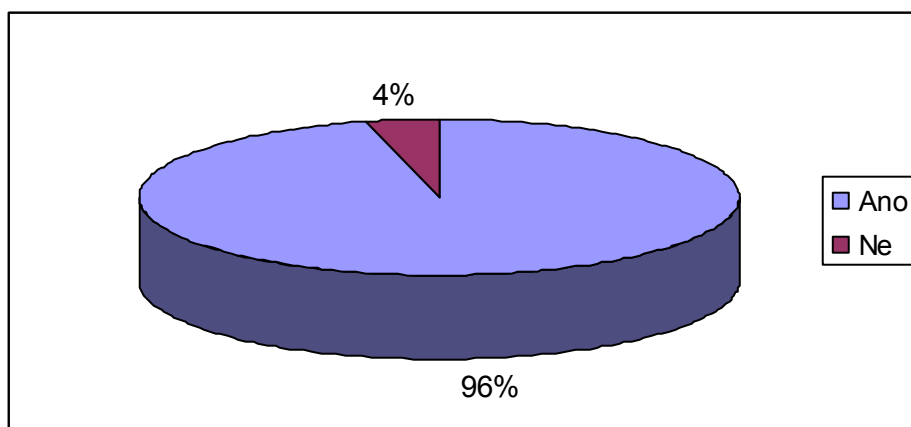


Zdroj: [vlastní]

Nejvíce dotazovaných lidí pochází ze Zlínského kraje (54 %), další větší zastoupení je z Moravskoslezského a Jihomoravského kraje.

Otázka č. 4

Graf 5.4 Víte, kde se nacházejí Bílé Karpaty?

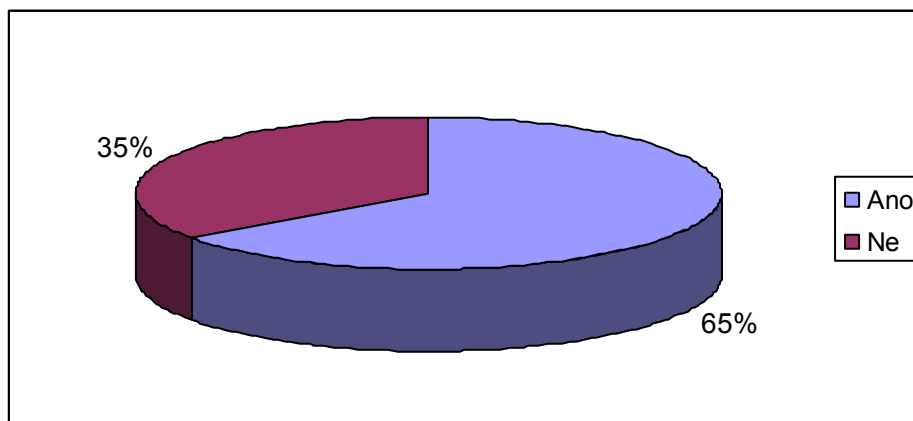


Zdroj: [vlastní]

Z velké části všichni dotazovaní vědí, kde se Bílé Karpaty nacházejí. Avšak jsou 4 lidé, kteří nevědí, kde se nacházejí. Lze usuzovat, že Bílé Karpaty nepatří k destinacím, které jsou pro všechny známe, jako například Krkonoše nebo Beskydy.

Otázka č. 5

Graf 5.5 Navštívili jste někdy Bílé Karpaty?

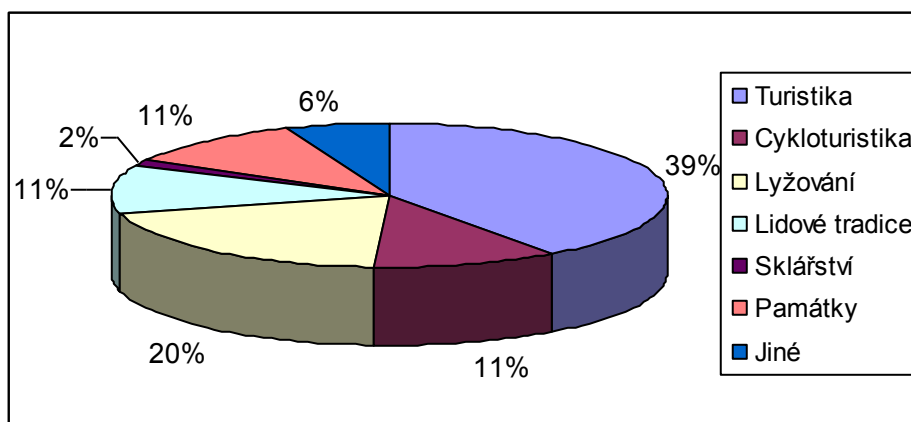


Zdroj: [vlastní]

Z celkového počtu dotazovaných 65 lidí Bílé Karpaty navštívili, zbytek Bílé Karpaty nenavštívili. Další otázky se týkají pouze dotazovaných, kteří odpověděli, že Bílé Karpaty navštívili, tudíž 65 lidí.

Otázka č. 6

Graf 5.6 Pokud ano, za jakým účelem jste Bílé Karpaty navštívili?

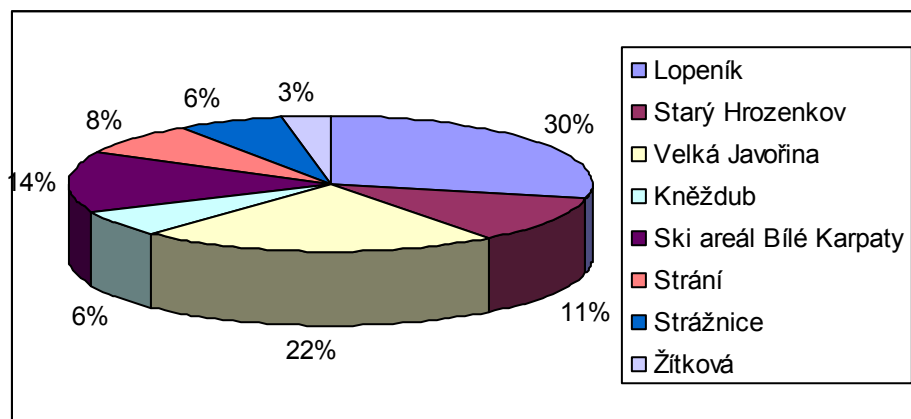


Zdroj: [vlastní]

Nejvíce dotazovaných navštívilo Bílé Karpaty z důvodu turistiky. Dalším důvodem bylo lyžování ve Ski areálu Bílé Karpaty. Stejný počet dotazovaných strávil volný čas v oblasti za účelem cykloturistiky, navštívení památek a lidových tradic a slavností. Možnost pro odpověď bylo také výběr z možnosti *Jiné*, kdy důvodem návštěvy byl odpočinek, relaxace, wellness pobyt a sportovní soustředění.

Otázka č. 7

Graf 5.7 Která místa jste navštívili?

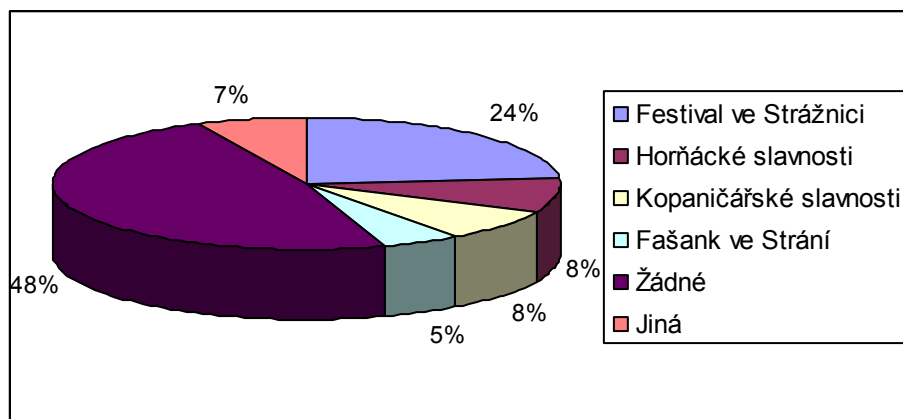


Zdroj: [vlastní]

Tato otázka byla otevřená, proto navštívených míst bylo hodně. Mezi nejvíce navštěvovaná místa je Lopeník (kde je zahrnuta i rozhledna Velký Lopeník). Dalším nejnavštěvovanějším místem je Velká Javořina, nejvyšší vrchol pohoří, poté Ski areál Bílé Karpaty a Starý Hrozenkov. Uváděny byly také obce Radějov, Kněždub, Březová, Tvarožná Lhota, Bystřice pod Lopeníkem, Valašské Klobouky, Vlachovice a Slavičín.

Otázka č. 8

Graf 5.8 Které slavnosti jste navštívili?

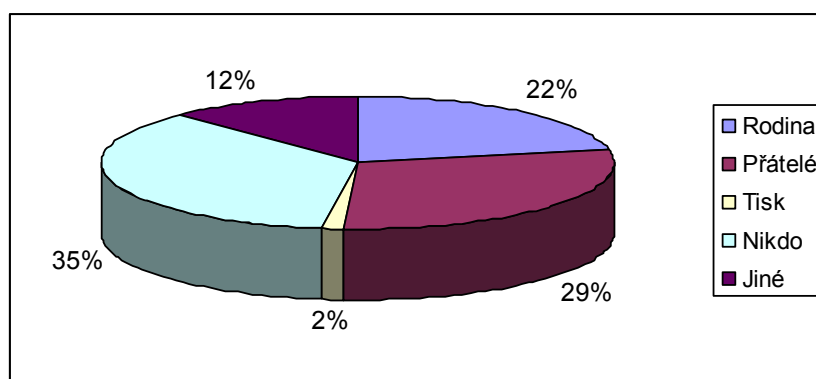


Zdroj: [vlastní]

Z nejvíce navštěvovaných festivalů patří mezinárodní folklórní festival ve Strážnici. K dalším navštěvovaným slavnostem patří Horňácké slavnosti ve Velké nad Veličkou a Kopaničářské slavnosti ve Starém Hrozenkově. Dotazovaní mohli odpovědět, že žádný festival nenavštívili. To bylo také největší procento a to 48 z celkového počtu dotazovaných. Ze sedmi, kteří navštívili jiné slavnosti, navštívili slavnosti vína v Uherském Hradišti.

Otázka č. 9

Graf 5.9 Kdo Vám destinaci doporučil?

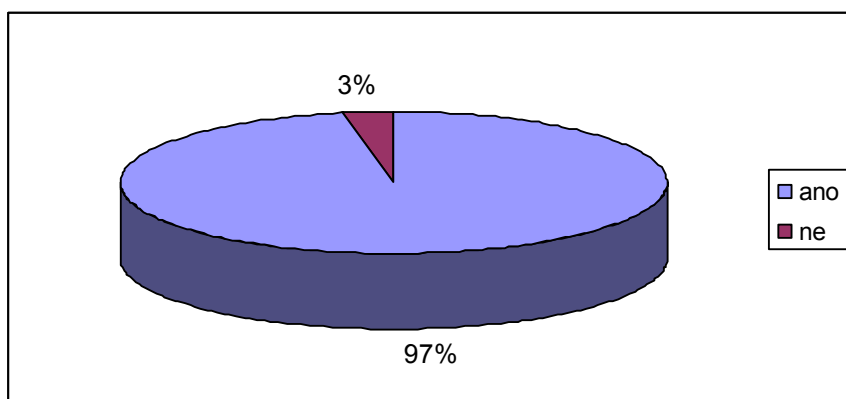


Zdroj: [vlastní]

Nejčastější způsob doporučení destinace je od přátel, poté od rodiny. Avšak z grafu je patrné, že největší část zahrnuje, že destinaci nedoporučil nikdo. Jednou z příčin může být špatná propagace. Další variantou je doporučení ze školy nebo z internetu.

Otázka č. 10

Graf 5.10 Byli jste spokojeni s návštěvou v Bílých Karpatech?

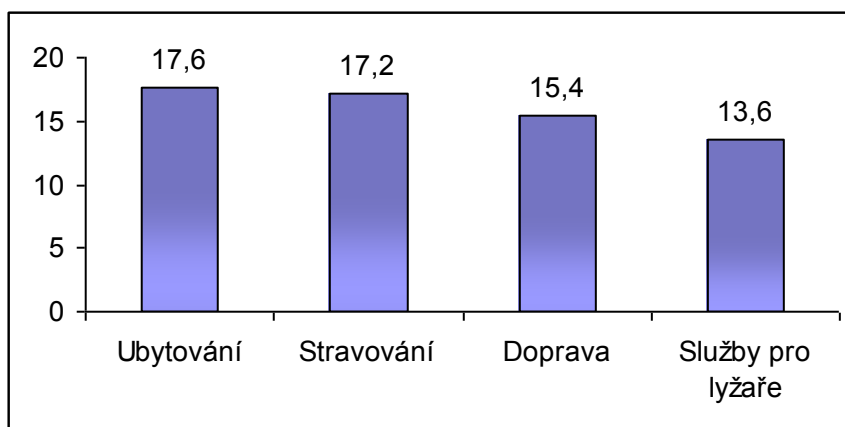


Zdroj: [vlastní]

Z 65 dotazovaných, kteří navštívili oblast, tak 63 bylo spokojených. Zbylí dva, spokojení nebyli. Pokud odpověděli ne, dále odpověděli na to, co by změnili. Jako změnu uvedli větší úpravu běžeckých tratí a lepší fungující areál.

Otázka č. 11

Graf 5.11 Jak byste ohodnotili služby?



Zdroj: [vlastní]

Tuto otázku mohli dotazovaní ohodnotit od 1 – 5. 1 – nevyhovující, 5 – výborné. Údaje jsem vypočítala pomocí váženého aritmetického průměru. Čím vyšší číslo, tím lepší úroveň služeb. Na první pohled je zřejmé, že ubytování patří k nejlépe hodnotícím službám. Nedostatky můžeme vidět u dopravy a služeb pro lyžaře.

5.2 SWOT analýza

Silné stránky

- Výhodná geografická poloha v blízkosti slovenských a rakouských hranic
- Pobyt mimo městská centra
- Pobyt v přírodě
- Hustá síť turistických tras a cyklostezek
- Bohatství kulturních a přírodních památek (chráněná krajinná oblast)
- Lidová architektura, dodržování lidových zvyků a tradic, místní folklór a kroje
- Vznik mikroregionu Bílé Karpaty (sdružení obcí)
- Možnost využití lázní v blízkých Luhačovicích
- Dostatek volné pracovní síly

Slabé stránky

- Nedostatečná ubytovací kapacita
- Nízká kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení
- Nízká propagace oblasti Bílých Karpat po celé České republice
- Úpadek zařízení již existujících, bez modernizace a rekonstrukce
- Úprava lyžařských sjezdovek a běžeckých tratí
- Špatná železniční dostupnost (způsobeno přírodním reliéfem)
- Omezené možnosti podnikání (limitní omezení ploch v CHKO)
- Nízká kvalifikace pracovní síly
- Sezónní návštěvnost v území
- Nízká pestrost nabídky služeb a atraktivit

Příležitosti

- Rozvoj nových moderních produktů cestovního ruchu (venkovské turistiky, agroturistiky)
- Růst poptávky seniorů po tuzemských pobytech (stárnutí obyvatel)
- Aktivní přístup seniorů (návštěva Bílých Karpat ve volném čase)
- Stále trvající tradice, které lákají turisty
- Nové prostory pro nové podnikání
- Možnost čerpání dotací v oblasti budování infrastruktury a cestovního ruchu
- Budování nových atraktivit pro bohatší klientelu
- Rozšíření dopravního spojení pomocí cyklobusů, která by mohly přilákat turisty a podpořit cykloturistiku

Hrozby

- Nedostatek přírodního sněhu na horách (pro zimní rekreační a sportovní střediska)
- Odliv části obyvatel (mládež a dospělí odcházejí do měst za prací)
- Neinformovanost obyvatel v České republice a v zahraničí
- Konkurence jiných turistických destinací (např. Zlín, jižní Morava, Slovensko)
- Vysoká nezaměstnanost (Lopeník, Vyškovec)

6 Návrhy a doporučení

Oblast mikroregionu Bílé Karpaty je velmi zajímavá a bohatá na přírodní zajímavosti. Umístění lokality není ideální z důvodu umístění v Natura 2000. Tímto umístění ztěžuje provozovat průmyslovou činnost, která by vytvořila pracovní příležitosti, omezuje rozšíření vleků nebo výstavbu koupališť. Natura 2000 je soustava chráněných území určených k ochraně ohrožených druhů živočichů a rostlin a biologické rozmanitosti.

Pro vytváření nových podnikatelských příležitostí je vhodné rozvíjení se v činnostech z oblasti ekologického zemědělství, maloobchodu, ubytování, stravování a sportovní, zábavní a rekreační činnosti.

Zemědělství je nezbytným předpokladem pro rozvoj venkovských sídel. Tento rozvoj může vytvářet předpoklady pro rozšíření agroturistiky, hippoturistiky nebo produkce biopotravin. Navrhují využít pro tento rozvoj některé lokality brownfields (bývalé zemědělské nemovitosti), které bývají většinou vnímány jako zátěž.

K vytváření nových podnikatelských příležitostí se vztahuje také nízká ubytovací kapacita, převážně v obci Březová. Tímto bych doporučila, výstavbu dalšího ubytovacího zařízení, které by se mohlo specializovat na bio produkty nebo jak už zmíněnou agroturistiku a hippoturistiku.

Další doporučení se týká, rozšíření dopravního spojení pomocí cyklobusů, která by mohly přilákat turisty a podpořit cykloturistiku v mikroregionu. Do oblasti železniční tratě nevedou, díky kopcovitému terénu, tudíž se lze do oblasti dopravit pouze autobusem. Pro turisty, kteří chtějí poznat okolí na kole, je nezbytné vlastnit automobil. To se poté může odrazit v návštěvnosti. Proto bych doporučila, zvýšit dopravní spojení cyklobusů, který do oblasti jezdí pouze jeden.

Zhoršení stavu chaty Lopata a sjezdovek v areálu Bílých Karpat vede k nízkým návštěvnostem a stížnostem na úpravu sjezdovek a běžeckých tratí. Doporučuji zvýšit kvalitu ubytování, zlepšit úpravu sjezdovek a běžeckých tratí.

Tento areál má velký potenciál jak zvýšit návštěvnost a podpořit cestovní ruch v oblasti Bílých Karpat.

K získání turistů je třeba vytvářet podmínky pro cestovní ruch, a to především výstavbou nebo rekonstrukcí sportovišť, sportovně-relaxačních center, zařízení pro kulturu a společenské akce. K udržení turistů na více dnů je třeba vytvořit ucelený program. Program by měl vytyčit jednotlivé atraktivitu, které budou navštíveny, sportovní vyžití a ubytování.

Lepší propagace a vyšší vliv informačních center na potenciální turisty. Z dotazníkového šetření jsem zjistila, že poměrně velká část lidí nebyla o místě informována nebo destinaci doporučila rodina a přátelé. Z informačních center a tištěných materiálů nikdo nebyl informován o možnostech strávení dovolené v Bílých Karpatech. Navrhuji lepší propagaci lokality a větší vliv informačních center na poptávku.

Nízká kvalifikace pracovní síly je slabou stránkou celého území. Proto je důležité podporovat rekvalifikaci a celoživotní vzdělání, výchovné a vzdělávací programy a dbát na jazykové a informační schopnosti jedinců. Zvýšení kvalifikace je možné ve Starém Hrozenkově v informačním středisku pro rozvoj Moravských Kopanic.

7 Závěr

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu turistického potenciálu. Cílem práce bylo zjistit, zda oblast disponuje dostatečným množstvím turistických atraktivit, zda nabízí turistům dostačující úroveň služeb a zda je oblast schopná přilákat větší počet turistů. Rozvoj cestovního ruchu by byl pozitivní pro všechny, zejména díky zlepšení celkové infrastruktury a ekonomiky v regionu.

Na základě odborné literatury jsem vytvořila teoretickou část, jejímž obsahem jsou základní pojmy týkající se cestovního ruchu, významu a postavení v České republice. Zaměřila jsem se také na formy a druhy cestovního ruchu, které jsem popsala vzhledem na vybrané témata. V poslední části jsem se věnovala marketingu cestovního ruchu, který je specifický tím, že se orientuje na sektor služeb, kde jsou výsledky ovlivněny především lidmi a jejich vzájemnou spoluprací. Při tvorbě teoretické části jsem pracovala s literárními i internetovými zdroji.

V praktické části jsem zjistila možnosti pro turisty, kteří mikroregion navštíví. Zjistila jsem, jaké mají možnosti pro ubytování, stravování a turistiku v jednotlivých obcích. V další části jsem popsala turistické zajímavosti, které lze navštívit. K vyhodnocení turistického potenciálu jsem využila SWOT analýzu a dotazníkové šetření. Z analýzy SWOT je hodnocena situace turistiky v Bílých Karpatech. Prostřednictvím získaných informací, jsou zde shrnuty především slabé stránky, které by se měly napravit nebo minimalizovat a na druhou stranu dostatečné využití všech příležitostí, které turistický ruch v této oblasti nabízí. Z dotazníkového šetření jsou zjištěny nedostatky, které oblast tíží. Mezi nedostatky patří nízká úroveň služeb, nedostačující kapacita ubytovacích zařízení a špatná dostupnost. Přesto si mikroregion najde své návštěvníky, které láká malebná krajina, čistá příroda a turistické atraktivity, mezi které patří bezpochybně pěší turistika a cykloturistika a lyžování.

Přínosem práce je zjištění turistického potenciálu, který mikroregion nabízí. Důležitým prvkem je realizace a využití příležitostí, které mikroregion nabízí. Oblast má velký potenciál stát se oblastí s krásnou přírodou a vysokou úrovní turistické infrastruktury.

Seznam použitých zdrojů

Knižní zdroje

- [1] DROBNÁ, D., MORÁVKOVÁ, E. Učebnice pro střední školy a veřejnost. 1. vyd. Praha: Fortuna Print, 2004. 208 s. ISBN 80-7168-901-7.
- [2] FORET, M., FORETOVÁ, V. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. Praha: Grada, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [3] GÚČIK, M. Cestovný ruch. Úvod do štúdia. Knižnica cestovného ruchu 15. Bánka Bystrica: Slovak – Weiss Tourism, 2010. 307 s. ISBN 978-80-89090-80-8.
- [4] HESKOVÁ, M. a kolektiv. Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [5] HRDOUŠEK, V., JONGEPIER, J. W., MIKULA, F., RAŠTICOVÁ, B., Bílé Karpaty – turistický průvodce, Uherské Hradiště, 1999. 259 s.
- [6] KOTLER, P. ARMSTRONG, G. Marketing. Praha: Grada, 2007. 856 s. ISBN:80-247-0513-3.
- [7] LINDEROVÁ, I. Cestovní ruch - Základy a právní úprava. 1.vyd. Jihlava: VŠP Jihlava, 2013. 267 s. ISBN 978-80-87035-82-5.
- [8] MORRISON, M. A. Marketing pohostinství a cestovního ruchu. Praha: Victoria Publishing, 1995. 523 s. ISBN 80-85605-90-2.
- [9] MOUDRÝ, M., Marketing. Základy marketingu. 1. vyd. Kralice na Moravě: Computer Media, s. r. o., 2008. 80 s. ISBN 978 80-7402-001-8.
- [10] PETRŮ, Z. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2. upravené vyd. Idea servis, 2007. 124 s. ISBN 1866-074-07.
- [11] RYGLOVÁ, K. Cestovní ruch. Soubor studijních materiálů. 2. vyd. Key publishing, 2009. 210 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [12] STRÍBRNÁ, M. Venkovská turistika a agroturistika. 1. vyd. Praha: Profi Press, 2005. 65 s. ISBN 80-86726-14-2.
- [13] VYSEKALOVÁ, J. a kolektiv. Marketing. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2006. 248 s. ISBN 80-7168-979-3.

Internetové zdroje

- [14] BESKYDSKO-KARPATSKÁ MAGISTRÁLA. Cyklo jižní Morava [online]. [20. 3. 2014] Dostupné z: <http://www.cyklo-jizni-morava.cz/46-beskydsko-karpatska-magistrala>
- [15] CESTOVNÍ RUCH PRO VŠECHNY. Kolektiv autorů Katedry cestovního ruchu VŠE v Praze, 2008 [online]. [18.2.2014]. dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/4fa1846e-ee0c-40d7-ae2e-a43007314a2e/GetFile14_1.pdf
- [16] CZECHTOURISM. Lázeňské statistiky [online]. [4.2.2014]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/statistiky/aktualni-informace/lazenske-statistiky-2013/>
- [17] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Hlavní ukazatele národního hospodářství a cestovního ruchu v ČR [online]. [18.2.2014]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/tsa_hlavni_ukazatele_narodniho_hospodarstvi_a_cestovniho_ruchu_v_cr
- [18] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Modul zaměstnanosti v cestovním ruchu [online]. [18.2.2014]. Dostupné z: http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/modul_zamestnanosti_cestovniho_ruchu
- [19] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Cestovní ruch – 4. čtvrtletí [online]. [10.3.2014]. Dostupné z: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ccru020714.docx>
- [20] EKO FARMA U MACKŮ. Ekofarma u Macků [online]. [14.3.2014]. Dostupné z : <http://www.nonnetit.cz/>
- [21] EKOTURISMUS. Ekoturismus [online]. Arts lexikon [4.2.2014]. Dostupné z: <http://artslexikon.cz/index.php/Ekoturismus>
- [22] GEOGRAFIE CESTOVNÍHO RUCHU. Přednáška z předmětu Socioekonomická geografie pro geomatiku (KMA/SGG) Otakar Čerba Západočeská univerzita [online]. [29.1.2014]. Dostupné z: http://gis.zcu.cz/studium/ssg/Materialy/Geografie_cestovniho_ruchu.pdf

- [23] HORŇÁCKÉ SLAVNOSTI. Horňácké slavnosti – Velká Nad Veličkou [online]. [20. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.kalendarakci.atlasceska.cz/hornacke-slavnosti-velka-nad-velickou/>
- [24] HORSKÁ CHATA AGROPENZION VÁPENICE: Základní informace o penzionu [online]. IT-help.cz, s. r. o. [27. 2. 2012]. Dostupné z: <http://www.agropenzion.cz/>
- [25] HORSKÁ CHATA JANA: Apartmány, vybavení [online]. Sweb.cz [2. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.chata.in/main.html>
- [26] HRUBAVRBKA. *CHKO Bílé Karpaty ze dne 23. března 2014* [online]. Hrubá Vrbka [23. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.hrubavrbka.cz/zivotni-prostredi/chko-bile-karpaty/>
- [27] CHALUPA NA VYŠKOVCI. Ubytování [online]. [14.3.2014]. Dostupné z : <http://www.ubytovani-na-farme.cz/dr-cs/5406-chalupa-na-vyskovci.html>
- [28] CHALUPA VE MLÝNĚ. Brezová – ubytování [online]. [12.3.2014]. Dostupné z: http://www.e-chalupy.cz/jizni_morava/brezova-ubytovani-chalupa-pronajem-ve-mlyne-0813.php
- [29] CHATA ARNIKA. Ubytování [online]. [14.3.2014]. Dostupné z: <http://www.chataarnika.cz/>
- [30] CHATA LOPATA. Ubytování [online]. [4. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.levneubytovani.net/ubytovani/chata-lopata/>
- [31] KOPANIČÁŘSKÉ SLAVNOSTI. Kopaničářské slavnosti Starý Hrozenkov [online]. Slovácký deník [20. 3. 2014]. Dostupné z: http://slovacky.denik.cz/zpravy_region/kopanicarske-slavnosti-hrozenk.html
- [32] LOPENÍK. Oficiální web obce Lopeník [online]. [14.3.2014]. Dostupné z: <http://www.obec-lopenik.cz/>
- [33] MARKETING V CESTOVNÍM RUCHU. Ministerstvo zemědělství České republiky[online]. [18.2.2014]. Dostupné z:

<http://www.kcilmf.cz/wp-content/uploads/2010/07/Marketing-v-cestovn%C3%ADm-ruchu.pdf>

[34] MEZINÁRODNÍ FOLKLÓRNÍ FESTIVAL VE STRÁŽNICI. Mezinárodní folklórní festival Strážnice (MFF) [online]. Festival Strážnice [4. 5. 2014]. Dostupné z: http://www.rokceskehudby.cz/download/TZNULK_po_TK_20131206.pdf

[35] BÍLÉ KARPATY. Mapy [online]. [14. 2. 2014]. Dostupné z: www.mapy.cz

[36] MORAVSKÝ A SLOVENSKÝ MIKROREGION: Mikroregion Bílé Karpaty [online]. [14.1.2014]. Dostupné z : <http://www.bile-karpaty.cz/>

[37] MONTE LOPE: Úvodní strana [online]. Artisteer [15. 2. 2014]. Dostupné z: <http://www.montelope.info/index.php>

[38] PENZION BOĎA. Restaurace a penzion Boďa [online]. [4.3.2014]. Dostupné z: <http://www.boda-mont.cz/>

[39] PENZION PATRIK. Vítejte na stránkách penzionu Patrik [online]. Penzion Patrik – Mikulčín vrch [14.3.2014]. Dostupné z : <http://www.mikulcinvrch.cz/homepage/>

[40] PENZION ROZKVĚT. Dolní Němčí – ubytování. [online]. [14.3.2014]. Dostupné z: <http://www.dolni-nemci.cz/ubytovani.php>

[41] SKI CENTRUM BÍLÉ KARPATY. Ubytování [online]. Ski areál Bílé Karpaty [20. 3. 2014]. Dostupné z: <http://www.ski-bile-karpaty.cz/ubytovani/>

[42] STARÝ HROZENKOV. Informace o obci [online]. [14.3.2014]. Dostupné z : <http://www.staryhrozenkov.cz/>

[43] STRÁNÍ. Servis pro turisty [online]. [20. 3. 2014].Dostupné z: <http://www.strani.cz/content/32/>

[44] SWOT ANALÝZA. Investice do rozvoje vzdělání [online]. [18.2.2014]. Dostupné z: http://www.kvs.tul.cz/download/educum/MZ05/VY_03_057.pdf

[45] VÝCHODNÍ MORAVA: Bílé Karpaty [online]. [15.1.2014]. Dostupné z: <http://www.vychodni-morava.cz/lokalita/7/bile-karpaty>

- [46] VZDĚLÁVACÍ A INFORMAČNÍ STŘEDISKO BÍLÉ KARPATY: Naučné stezky [online]. [15.1.2014].Dostupné z: <http://www.bilekarpaty.cz/vis/index.php?page=stezky>
- [47] ZÁŽITKOVÝ CESTOVNÍ RUCH. Czechtourism. [online]. [18.2.2014]. Dostupné z: http://vyzkumy.czechtourism.cz/0511_/zazitkovy-cestovni-ruch

Seznam zkratek

AIEST – Mezinárodní sdružení expertů cestovního ruchu

BIO – Produkty ekologického zemědělství

Č.P. – Číslo popisné

HDP – Hrubý domácí produkt

CHKO – Chráněná krajinná oblast

KČ – Koruna Česká

KČT – Klub českých turistů

Km – Kilometr

m.n.m – metry nad mořem (udává výšku kopců)

MTB – *mountain bike* – horské kolo

NPP – Národní přírodní park

NPR – Národní přírodní rezervace

PP – Přírodní park

PR – přírodní rezervace

Sv. – označení posvěcené osoby

SWOT - *Strengths* (silné stránky), *Weaknesses* (slabé stránky), *Opportunities*

(příležitosti), *Threats* (hrozby)

TV – televize

UNESCO - United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – organizace pro výchovu vědu a kulturu

WTO - World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu

Seznam obrázků

Obrázek 4.1 Mapa Bílých Karpat	30
Obrázek 4.2 Mapa obcí mikroregionu Bílé Karpaty.....	31
Obrázek 4.3 Propagační leták	38
Obrázek 4.4 Naučná stezka Lopeník	48
Obrázek 4.5 Kopaničářské slavnosti.....	54

Seznam grafů

Graf 3.1 Příjmy z cestovního ruchu na HDP	12
Graf 5.1 Jaký je Váš věk?	55
Graf 5.2 Jaké je Vaše pohlaví?	56
Graf 5.3 Z jakého kraje pocházíte?	56
Graf 5.4 Víte, kde se nacházejí Bílé Karpaty?	57
Graf 5.5 Navštívili jste někdy Bílé Karpaty?	57
Graf 5.6 Pokud ano, za jakým účelem jste Bílé Karpaty navštívili?	58
Graf 5.7 Která místa jste navštívili?	58
Graf 5.8 Které slavnosti jste navštívili?	59
Graf 5.9 Kdo Vám destinaci doporučil?	60
Graf 5.10 Byli jste spokojení s návštěvou v Bílých Karpatech?.....	60
Graf 5.11 Jak byste ohodnotili služby?	61

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečné, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 9.5.2014.

Monika Cepková

jméno a příjmení studenta

Seznam příloh

Příloha č. 1 Dotazník

Příloha č. 1 Dotazník

1. Jaký je Váš věk?

0 – 18 let

19 – 25 let

26 – 40 let

41 – 60 let

60 a více let

2. Jaké je Vaše pohlaví?

Žena Muž

3. Z jakého kraje pocházíte?

Moravskoslezský

Zlínský

Olomoucký

Jihomoravský

Vysočina

Pardubický

Královehradecký

Liberecký

Jihočeský

Středočeský

Praha

Plzeňský

Karlovarský

Ústecký

4. Víte, kde se nacházejí Bílé Karpaty?

Ano Ne

5. Navštívili jste někdy Bílé Karpaty?

Ano Ne

6. Pokud ano, za jakým účelem jste Bílé Karpaty navštívili?

Turistika

Cykloturistika

Lyžování

Lidové tradice, slavnosti

Sklářství

Památky

Jiné

7. Která místa jste navštívili? (Otevřená otázka)

8. Které slavnosti jste navštívili?

Mezinárodní folklorní festival ve Strážnici

Hornácké slavnosti ve Velké nad Veličkou

Kopaničářské slavnosti ve Starém Hrozenkově

Festival dechových hudeb ve Starém Hrozenkově

Festival masopustních tradic Fašank ve Strání

Žádné

Jiné

9. Kdo Vám destinaci doporučil?

Přátelé

Rodina

Televize

Tisk

Nikdo

Jiné

10. Byli jste spokojeni s návštěvou v Bílých Karpatech? (Možnost k vyjádření ke změnám)

Ano Ne

11. Jak byste ohodnotili služby? (1 – nevyhovující, 5 – výborné)

Ubytování	1	2	3	4	5
Stravování	1	2	3	4	5
Doprava	1	2	3	4	5
Služby pro lyžaře	1	2	3	4	5